

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pendidikan sudah menjadi hal yang penting dalam membentuk budaya dan peradaban manusia. Bukan hanya untuk sekedar menambah ilmu pengetahuan namun juga untuk dapat menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas serta usaha secara terus-menerus untuk meningkatkan kualifikasi serta keterampilan lainnya (Imenda, Kongolo, & Grewal, 2004). Dalam era globalisasi, tuntunan agar manusia menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi semakin tinggi agar tidak tersisih dari persaingan global. Pendidikan juga merupakan sarana penunjang perkembangan suatu negara, dengan semakin tingginya pendidikan masyarakat akan secara langsung mendorong pembangunan negara menuju era yang dicita-citakan. Oleh karena itu, semua orang berusaha mencari lembaga-lembaga pendidikan untuk mendapatkan pendidikan terbaik yang dapat memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas untuk membangun masa depan yang lebih baik.

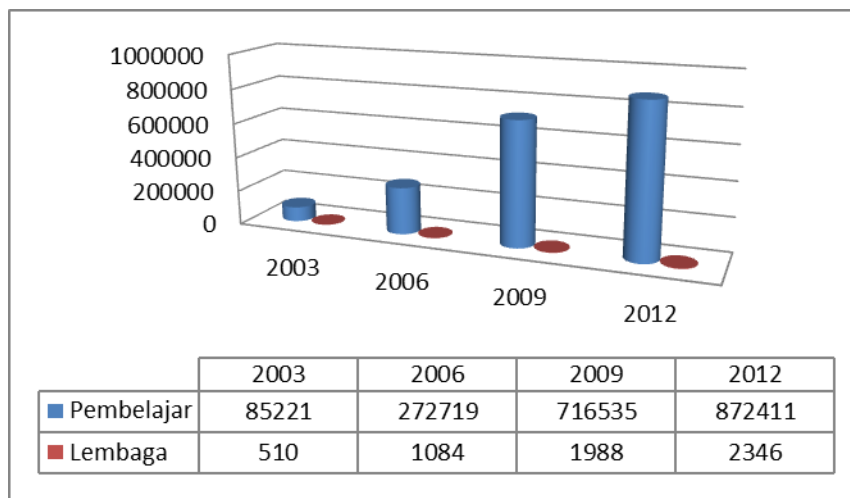
Undang-undang No. 2 tahun 1989 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyebutkan bahwa penyelenggaraan pendidikan di Indonesia dilaksanakan melalui dua jalur, yaitu jalur pendidikan sekolah dan jalur pendidikan luar sekolah. Jalur luar sekolah merupakan pendidikan yang diselenggarakan di luar sekolah melalui kegiatan belajar mengajar yang tidak harus berjenjang dan berkesinambungan. Satuan pendidikan luar sekolah meliputi kursus/lembaga pendidikan keterampilan dan satuan pendidikan yang sejenis.

Kursus merupakan suatu kegiatan belajar-mengajar yang diselenggarakan dalam jangka waktu pendek dan hanya mempelajari satu keterampilan tertentu. Disaat krisis ekonomi seperti sekarang ini, keberadaan lembaga kursus dan pelatihan (LKP) dinilai dapat menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Dikarenakan kegiatan kursus bukan hanya memberi harapan pada anak putus sekolah yang sulit mencari kerja namun juga memberikan jalan bagi banyaknya lulusan SLTA yang tidak melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. LKP memiliki peran cukup besar dalam menyerap tenaga kerja yaitu sebanyak 78%

diterima di dunia kerja, 12% berwirausaha dan sisanya tidak terdeteksi. (Sumber: <http://pptkpaudni.kemdikbud.go.id>: 5 Januari 2016; 21:50).

Di Indonesia, penyelenggaraan pendidikan luar sekolah dalam hal ini kursus/lembaga pendidikan keterampilan telah sangat berkembang. Saat ini jumlah LKP di seluruh Indonesia sebanyak 19.095 lembaga, dengan jumlah LKP terbanyak terdapat di Jawa Timur sejumlah 3.044 lembaga (16%), diikuti oleh Jawa Barat sebanyak 2.678 lembaga (14%) dan di peringkat ketiga adalah Jawa Tengah dengan jumlah LKP sebanyak 2.126 lembaga (11%). Jenis keterampilan yang ditawarkan antara lain komputer, bahasa asing, menjahit, bimbingan belajar, tata rias dan kecantikan, seni musik, akuntansi dan lain sebagainya. Dapat dilihat bahwa jumlah LKP di Jawa Barat menempati posisi kedua terbanyak di Indonesia yaitu sebesar 16% dari total keseluruhan LKP. Besarnya jumlah LKP di Jawa Barat ini mengakibatkan tingkat persaingan yang cukup ketat diantara LKP yang terdapat di daerah tersebut. (sumber: www.infokursus.net: 6 Januari 2016; 8:40),

Salah satu jenis keterampilan yang ditawarkan adalah Lembaga Pendidikan Bahasa Asing atau biasa disebut dengan istilah kursus bahasa. Kursus bahasa merupakan kegiatan belajar-mengajar untuk mempelajari keterampilan bahasa, umumnya bahasa asing. Biasanya bahasa yang diperkenalkan adalah bahasa yang sering digunakan dan dapat dimanfaatkan dalam dunia kerja. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh CBI Education & Skills Survey 2012, salah satu bahasa yang berguna dipelajari adalah Bahasa Jepang. Jepang berhasil menarik perhatian orang di dunia termasuk Indonesia melalui tren budaya Jepang baik dari penyanyi Jepang, komik Jepang hingga tren berpakaian. Terlepas dari tren dan budaya, bahasa Jepang ini dianggap penting karena perdagangan dan penelitian di Asia dipegang oleh Jepang sehingga untuk berkomunikasi dengan masyarakatnya tentu harus mampu menguasai bahasa Jepang (Sumber: <http://edukasi.kompas.com>: 30 Desember 2015; 0:57). Jumlah pembelajar bahasa Jepang di Indonesia saat ini mencapai 21% dari jumlah total pelajar bahasa Jepang di dunia, dan 78% dari jumlah total pembelajar di Asia Tenggara. Berikut adalah grafik yang menjelaskan tentang jumlah pembelajar dan lembaga bahasa Jepang di Indonesia :



Sumber : The Japan Foundation (2014)

Gambar 1.1
Jumlah Pembelajar & Lembaga Bahasa Jepang di Indonesia

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pembelajar bahasa Jepang dan lembaga bahasa Jepang di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Jumlah pembelajar bahasa Jepang mengalami peningkatan sebesar lebih dari 10% pada tahun 2012 dibandingkan dengan jumlah pembelajar pada tahun 2003. Hal tersebut memunculkan tingkat persaingan yang cukup ketat antar lembaga bahasa Jepang di Indonesia. Hal ini ditandai dengan meningkatnya lembaga bahasa Jepang sebesar 217% dalam kurun waktu 2003-2012. (sumber: The Japan Foundation, 2014).

Tabel 1.1
Peringkat Jumlah Pembelajar Bahasa Jepang Di Indonesia

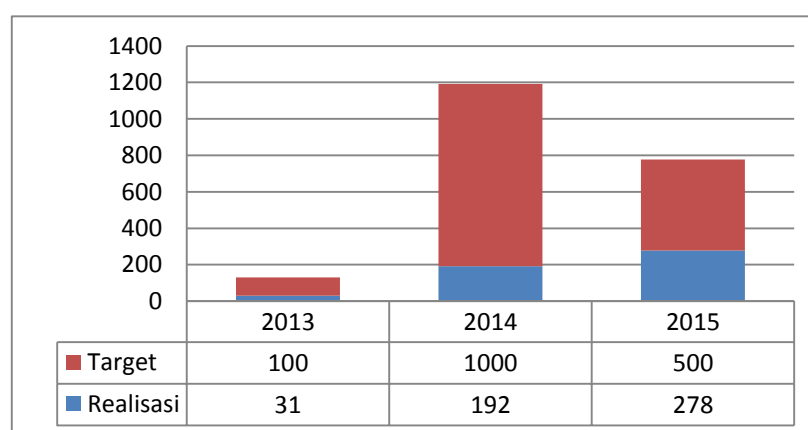
Peringkat	Kota	Jumlah Pembelajar
1	Jakarta	2.600
2	Bandung	1.800
3	Surabaya	1.500
4	Yogyakarta	1.300
5	Medan	860

Sumber : The Daily Jakarta Shimbun (2012)

Di kota Bandung, menurut The Daily Jakarta Shimbun, berdasarkan jumlah peserta yang mengikuti ujian kemampuan bahasa Jepang (*Japanese Language Proficiency Test*), jumlah pembelajar Bahasa Jepang di Bandung pada tahun 2012 berjumlah 1.800 orang dan menduduki peringkat kedua jumlah

pembelajar bahasa Jepang aktif terbanyak di Indonesia. (Sumber : <http://www.jakartashimbun.com>: 30 Desember 2015; 1:00). Tingginya minat untuk mempelajari bahasa Jepang ini mengakibatkan semakin banyak pula lembaga-lembaga kursus bahasa Jepang yang bermunculan di Bandung sehingga tingkat persaingan antara lembaga kursus bahasa Jepang pun menjadi semakin tinggi. Berdasarkan data dari www.infokursus.net dan berbagai sumber di internet ada sebanyak 22 lembaga kursus dan pelatihan yang menyediakan program bahasa Jepang di Bandung. Jumlah lembaga kursus yang ada sekarang ini telah mengalami peningkatan dari sebanyak 16 lembaga kursus di tahun 2015 menjadi 22 lembaga kursus di tahun 2016.

Lembaga Kursus dan Pelatihan Northern Lights Education Center atau selanjutnya akan disingkat menjadi LKP NLEC, yang berlokasi di Jl. Sultan Tirtayasa No. 11A, Bandung merupakan salah satu lembaga pendidikan yang bergerak di bidang kursus dan pelatihan bahasa Jepang di kota Bandung. LKP NLEC didirikan oleh Yayasan Bina Putra Global pada September 2013. Program-program yang ditawarkan antara lain kelas persiapan tes kemampuan bahasa Jepang (*Japanese Language Proficiency Test*), kelas percakapan bahasa Jepang serta kelas dasar bahasa Jepang. Dibawah ini disampaikan gambar mengenai jumlah siswa periode 2013-2015:



Sumber : LKP NLEC (telah diolah untuk penelitian ini, 2015)

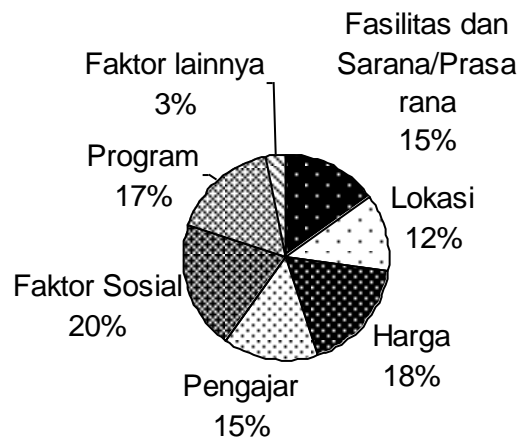
Gambar 1.2

Jumlah Pengguna Jasa Program Bahasa Jepang NLEC Periode 2013-2015

Jumlah pengguna jasa program bahasa Jepang yang terdaftar di NLEC berjumlah 484 orang. Secara umum jumlahnya meningkat sebanyak 161 orang pada tahun 2014 dan 36 orang pada tahun 2015. Namun apabila dilihat dari kenaikan jumlah siswa per tahunnya, terjadi penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2015. Hal tersebut menjadi bukti mulai adanya perubahan pada tingkat keputusan para pengguna jasa untuk menggunakan jasa LKP NLEC. Fenomena tersebut diduga disebabkan oleh jumlah kompetitor yang meningkat sebanyak 5 lembaga pada tahun 2015 sehingga menimbulkan pertimbangan yang semakin beragam di benak calon pengguna jasa program bahasa Jepang.

Secara umum keputusan pemilihan konsumen, sangat dipengaruhi beragam faktor, yakni faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal pada umumnya terdiri dari berbagai macam usaha pemasaran perusahaan yang umumnya dikenal sebagai bauran pemasaran (*Marketing Mix*) serta lingkungan sosial budaya. Sedangkan untuk faktor internal itu sendiri adalah yang berasal dari dalam diri konsumen yang tercerminkan dalam aspek pribadi (kondisi keuangan, gaya hidup, kepribadian, konsep diri) juga dari psikologis (motivasi, persepsi, kepercayaan dan perilaku serta proses belajar yang dilalui konsumen) (Engel et al., dalam Hawkins, 2010, hal. 26). Konsumen sebelum memutuskan memilih umumnya berusaha menentukan mengapa, apa, dimana dan bagaimana membeli sebuah produk maupun jasa. Dalam menjawab pertanyaan tersebut, konsumen tentunya akan dihadapkan pada banyak pilihan dan memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan-pertimbangan ini pula yang akan diambil oleh calon siswa sebelum memutuskan memilih LKP NLEC.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan dengan wawancara pada 30 orang siswa dari jenjang SMP hingga Universitas, keputusan pemilihan lembaga kursus yang dilakukan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya fasilitas dan sarana/prasarana, lokasi, harga, pengajar, faktor sosial (kelompok referensi, keluarga dsb), program, dan faktor lainnya. Faktor sosial diantaranya rekomendasi dari kelompok referensi, keluarga dan lain sebagainya menjadi faktor yang paling berpengaruh diikuti dengan faktor harga.



Sumber : Studi Pendahuluan (pada 30 siswa jenjang SMP-Universitas di Bandung, 2015)

Gambar 1.3
Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Memilih Lembaga Kursus

Keputusan penggunaan jasa atau lebih dikenal sebagai keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Assauri dalam Maduma et al., 2011, hal. 6). Keputusan konsumen terhadap penggunaan suatu jasa adalah salah satu hal yang harus diperhatikan oleh pemasar. Hal tersebut adalah langkah awal yang menentukan apakah siswa atau konsumen akan menggunakan jasa LKP NLEC atau tidak. Keputusan itu dapat berubah-ubah secara cepat atau lambat sesuai dengan pengaruh dan faktor yang mempengaruhinya.

Harga merupakan pertukaran uang untuk barang atau jasa (Lamb, Hair & McDaniel, 2001, hal. 268). Pusdiklat Depdiknas (dalam Wijaya, 2012:106) mendefinisikan harga jasa pendidikan sebagai biaya pendidikan. Biaya pendidikan adalah “nilai rupiah dari semua sumber daya (input) dalam bentuk natura (barang), pengorbanan, dan uang, yang dikeluarkan untuk seluruh aktivitas pendidikan.” Harga suatu jasa mempengaruhi pengguna jasa dan berguna dalam menginformasikan kepada mereka tidak hanya mengenai kualitas yang dapat diharapkan dari suatu jasa namun juga mengenai biayanya (Gajic, 2012, hal. 32).

Faktor sosial adalah kekuatan-kekuatan yang dikerahkan oleh orang lain terhadap perilaku pembelian (Pride & Ferrell, 2016, hal. 121) dengan kata lain, faktor sosial memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen. Dalam proses memberitahukan konsumen mengenai suatu produk, pemasar menyadari bahwa konsumen berbicara dan mendengarkan satu sama lain mengenai produk tersebut. Pendapat beberapa konsumen lebih dapat dipercaya dan memiliki efek yang kuat daripada konsumen yang lain (Timothy, 2010, hal. 16).

LKP NLEC mengimplementasikan harga dan faktor sosial yang terbaik sehingga calon pengguna jasa merasa pilihannya sudah tepat dalam memilih lembaga kursus. Kedua strategi tersebut merupakan strategi yang diprioritaskan LKP NLEC dalam minat calon pengguna jasa memilih lembaga kursus. Adapun melihat penurunan tingkat keputusan pemilihan di LKP NLEC tersebut penulis dapat memperkirakan bahwa strategi harga dan faktor sosial yang dilakukan belum maksimal, sedangkan jika dilihat dari faktor harga yang relatif murah, strategi yang melibatkan faktor sosial yang cukup beragam, kualitas pengajar yang cukup baik, tempat yang menarik, LKP NLEC memiliki kelebihan dibandingkan lembaga lainnya. Namun dengan kelebihan tersebut mengapa LKP NLEC tetap mengalami penurunan siswa. Dengan demikian diduga bahwa keputusan pemilihan di LKP NLEC kurang begitu mendukung meskipun manajemen sudah melakukan berbagai macam strategi penyesuaian dengan harga juga faktor sosial yang ada. Permasalahan ini perlu diteliti lebih lanjut, dicari solusinya tentang bagaimana pengaruh harga dan faktor sosial terhadap keputusan memilih lembaga kursus para pengguna jasa program bahasa Jepang di LKP NLEC Bandung.

LKP NLEC perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih lembaga kursus untuk dapat meningkatkan jumlah siswanya. Terutama faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial serta peran dan status yang mempengaruhi siswa potensial dalam proses pengambilan keputusan dalam memilih suatu lembaga pendidikan (Hossler & Gallagher, 1987; Moogan & Baron, 2003; Obermeit, 2012; Yamamoto, 2006), serta faktor harga yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan perbandingan harga dengan merek lain/kompetitor (Stanton, 2002, hal. 178).

Berdasarkan harga LKP NLEC menetapkan strategi harga untuk kalangan menengah ke atas dengan kisaran harga Rp. 300.000 hingga Rp. 650.000 per bulannya sesuai dengan level yang dipelajari. Harga ini dapat dikatakan bersaing dengan kompetitor LKP NLEC misalnya JLMC, BLCI, Dunia Bahasa, OBKG dan Aki no Sora yang juga menetapkan harga pada kisaran Rp. 375.000 hingga Rp. 1.000.000 (lihat Tabel 1.2 dan Tabel 1.3).

Tabel 1.2
Harga Program Bahasa Jepang di Berbagai Lembaga Kursus Bahasa Jepang di Bandung

Jenis Program	NLEC	JLMC	BLCI	Dunia Bahasa	Aki no Sora	OBKG
Kelas Dasar/Beginner	300.000	600.000	425.000	1.240.000	850.000	375.000
Kelas N5	400.000	600.000	425.000	1.240.000	850.000	450.000
Kelas N4	450.000	800.000	450.000	1.240.000	1.000.000	700.000
Kelas N3	500.000	800.000	450.000	1.240.000	1.000.000	500.000
Kelas N2	600.000	900.000	-	-	-	650.000
Kelas N1	650.000	900.000	-	-	-	1.025.000
Kaiwa	300.000 - 450.000	-	-	-	-	+ - 1.000.000

Sumber : Enam lembaga kursus bahasa Jepang di Bandung (telah diolah untuk penelitian ini, 2015)

LKP NLEC, dalam melakukan promosinya, menggunakan media cetak dan internet. Media cetak merupakan bagian dari saluran informasi masyarakat, media cetak yang digunakan LKP NLEC yaitu brosur, pamflet dan surat kabar. Sedangkan media internet yang digunakan adalah melalui media sosial Facebook, Twitter, Wordpress dan Website. Selain dari kedua media tersebut dalam promosinya LKP NLEC juga menjadi sponsor acara yang berkaitan dengan Jepang dan pendidikan atau melakukan *event* pribadi untuk memperkenalkan lembaganya. Dengan memperhatikan faktor sosial, LKP NLEC menawarkan

program promosi khusus seperti rekomendasi teman, diskon keluarga, siswa berprestasi, program khusus yang akan ke Jepang dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian tersebut program yang diterapkan oleh LKP NLEC sudah menyesuaikan dengan faktor harga dan faktor sosial namun dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa program yang tidak berjalan sesuai harapan. Hal ini diperlihatkan dengan target siswa yang tidak tercapai serta jumlah siswa yang mengalami perubahan fluktuatif dalam setiap periodenya. Maka peneliti merasa perlu untuk melaksanakan penelitian mengenai **“Pengaruh Harga dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Memilih Lembaga Kursus: Studi terhadap Pengguna Jasa Program Bahasa Jepang di Lembaga Kursus dan Pelatihan NLEC Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai harga bagi pengguna jasa program bahasa Jepang di LKP NLEC Bandung?
2. Bagaimana gambaran mengenai faktor sosial pada pengguna jasa program bahasa Jepang di LKP NLEC Bandung?
3. Bagaimana gambaran keputusan memilih lembaga kursus di LKP NLEC Bandung?
4. Apakah harga dan faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan memilih lembaga kursus di LKP NLEC Bandung?
5. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan memilih lembaga kursus di LKP NLEC Bandung?
6. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan memilih lembaga kursus di LKP NLEC Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan tesis ini adalah mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai:

1. Harga bagi pengguna jasa program bahasa Jepang di LKP NLEC Bandung.

2. Faktor sosial pada pengguna jasa program bahasa Jepang di LKP NLEC Bandung.
3. Keputusan memilih lembaga kursus di LKP NLEC Bandung.
4. Pengaruh harga dan faktor sosial terhadap keputusan memilih lembaga kursus di LKP NLEC Bandung.
5. Pengaruh harga terhadap keputusan memilih lembaga kursus di LKP NLEC Bandung.
6. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan memilih lembaga kursus di LKP NLEC Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperkaya *khazanah* ilmu pemasaran terutama mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi literatur dan rujukan bagi penelitian yang akan datang. Selain itu, diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi bagi pemasaran di bidang akademi.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini berguna bagi LKP NLEC sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak LKP untuk mengetahui analisis harga dan faktor sosial serta keputusan menjadi siswa sehingga pihak LKP akan dapat senantiasa menyusun strategi dalam rangka mempertahankan serta meningkatkan jumlah siswa mereka. Selain itu penelitian ini juga dapat berguna dalam mengatasi masalah yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih lembaga pendidikan tidak hanya lembaga kursus, namun juga lembaga pendidikan yang lain seperti sekolah dan perguruan tinggi.