

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu usaha sektor swasta yang perkembangannya menunjukkan peningkatan pesat baik dari segi jumlah maupun luas jangkauannya adalah usaha yang bergerak di bidang pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu bentuk investasi dalam bentuk sumberdaya manusia yang dapat memberikan sumbangan langsung dalam pertumbuhan pendapatan nasional melalui peningkatan keterampilan dan produktivitasnya. Melalui pendidikan diharapkan dapat mengatasi keterbelakangan ekonomi lewat efeknya pada peningkatan kemampuan manusia dan motivasi manusia untuk berprestasi serta berfungsi menyiapkan salah satu input dalam proses produksi yaitu tenaga kerja agar dapat bekerja dengan produktif karena kualitasnya.

Usaha yang bergerak di bidang pendidikan salah satunya yaitu lembaga bimbingan belajar. Bimbingan belajar termasuk kedalam jenis pendidikan nonformal. Pengertian dari pendidikan non formal sendiri ialah semua bentuk kegiatan pendidikan yang terorganisasikan diluar sistem sekolah yang sudah mapan yang dilaksanakan secara sengaja untuk melayani peserta didik guna mencapai tujuan belajarnya baik yang dilakukan secara terpisah maupun yang merupakan bagian terpenting dari suatu kegiatan yang luas. Pendidikan nonformal dapat dipergunakan lebih efisien dan efektif untuk meningkatkan kualitas hidup manusia, untuk segala strata ekonomi, sosial, dan pendidikan disamping dapat

pula ikut memecahkan masalah-masalah kemanusiaan yang mendesak atau meresahkan (Johnson Sinaga, 2002:2). Bimbingan belajar adalah suatu lembaga kegiatan belajar mengajar yang dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu. Bimbingan belajar tetap memenuhi unsur belajar mengajar seperti warga belajar, sumber belajar, program belajar, dan fasilitas belajar.

Merebaknya lembaga-lembaga bimbingan belajar dalam lima tahun terakhir ini tetap menimbulkan berbagai reaksi dalam masyarakat. Ada yang menengarai bahwa merebaknya lembaga bimbingan belajar sebagai bentuk komersialisasi dunia pendidikan kita. Di pihak lain ada yang melihat keberadaan bimbingan belajar sebagai bentuk pengelompokan sosial belajar kemampuan ekonomi (sebab tidak jarang biaya masuk bimbingan belajar jauh lebih mahal dibandingkan dengan SPP sekolah). Yang lebih tidak proporsional lagi adalah adanya pandangan yang menyebutkan bahwa merebaknya bimbingan belajar identik dengan semakin berkurangnya kepercayaan masyarakat terhadap mutu pendidikan formal (sekolah) dalam mengantarkan kesuksesan putra-putri mereka. Diantara berbagai reaksi tersebut ternyata penyelenggaraan bimbingan belajar semakin banyak dan juga sangat diminati cukup luas di kalangan para siswa. Salah satunya lembaga bimbingan belajar yang saat ini sedang eksis dan berkembang dengan cukup baik di Indonesia ialah Bimbingan Belajar Primagama yang didirikan oleh Purdi E Chandra pada tanggal 10 maret 1982 dengan ijin dari Depdikbud dengan SK No : 054/I 13/MS/Kpts/1999.

Prestasi Bimbingan Belajar Primagama terlihat dari awal sejak 1987 terus dikembangkan di kota-kota lain. Selama kurun waktu 1993 sampai tahun 1997

jumlah cabang telah bertambah menjadi 84 kantor cabang pembantu. Bila dirata-rata pertahunnya ada penambahan lima sampai enam kantor cabang baru. Kemudian pada tahun 1997/1998 ada penambahan secara spektakuler yakni penambahan sebanyak 69 kantor cabang pembantu. Total sampai Juli 2002 Primagama memiliki 189 kantor cabang mandiri dan 45 kantor cabang franchise yang tersebar di 83 kota di 27 propinsi (data per 1 Juli 2002). Oleh karena prestasi tersebut Bimbingan Belajar Primagama tercatat di Musium Rekor Indonesia (MURI) sebagai usaha yang memiliki cabang terbanyak di Indonesia.

Hal ini menjadi bukti bahwa usaha jasa bimbingan belajar dilihat dari sudut bisnis cukup menjanjikan, namun hal ini kontradiktif dengan yang dialami beberapa cabang Bimbingan Belajar Primagama di Kota Bandung. Berdasarkan hasil prapenelitian yang telah penulis lakukan terdapat indikasi bahwa permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama di Kota Bandung dari beberapa tahun terakhir ini rata-rata mengalami penurunan. Berikut adalah data jumlah Cabang bimbingan belajar Primagama yang ada di Kota Bandung dan data permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama di Kota Bandung berdasarkan jumlah siswa dari tahun 2003 sampai dengan tahun 2007 :

Tabel 1.1
Data Jumlah Cabang Bimbingan Belajar Primagama
Se-Bandung Raya Periode Tahun 2003-2007

Tahun	Frekuensi (F)	Perkembangan (%)
2003	8	-
2004	9	11,11
2005	14	35,71
2006	16	12,5
2007	18	12,5

Tabel 1.2
Data Jumlah Keseluruhan Siswa Bimbingan Belajar Primagama
Se-Bandung Raya Periode Tahun 2003-2007

Tahun	Jumlah Siswa	Perkembangan (%)
2003	1920	-
2004	2391	19,70
2005	3436	30,41
2006	3185	-7,88
2007	2983	-6,77

Dari data diatas terlihat jelas bahwa permintaan jasa bimbingan belajar tahun 2006 hingga tahun 2007 mengalami penurunan. Banyak faktor yang mempengaruhi permintaan suatu jasa diantaranya harga barang itu jasa itu sendiri, perkiraan perubahan harga, pendapatan konsumen, selera, preferensi, promosi, desain, kualitas produk, pelayanan, faktor nonekonomis seperti lokasi, dan lain-lain.

Dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Analisis Hubungan Harga biaya Bimbingan Belajar, Lokasi, Biaya Promosi, dan Kualitas Hasil Bimbingan Belajar dengan Permintaan Jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Tinggi rendahnya permintaan akan suatu jasa dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya yaitu harga jasa yang bersangkutan, pendapatan rata-rata konsumen, jumlah penduduk, harga jasa lain yang berhubungan selera konsumen,

kualitas dan disain, selera konsumen, banyaknya konsumen potensial, pengeluaran iklan atau promosi, faktor non ekonomis lain yang berkaitan dengan permintaan terhadap suatu produk seperti lokasi dan faktor khusus lainnya.

Berdasarkan uraian diatas dan latar belakang masalah, maka penulis membatasi permasalahan yang diteliti. Untuk itu penulis merumuskan permasalahan tersebut, sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan harga biaya bimbingan belajar dengan permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya?
2. Bagaimana hubungan lokasi terhadap permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya?
3. Bagaimana hubungan biaya promosi terhadap permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya?
4. Bagaimana hubungan kualitas hasil bimbingan belajar terhadap permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Untuk mengetahui hubungan biaya bimbingan belajar dengan permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya.
- 2 Untuk mengetahui hubungan lokasi dengan permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya.

- 3 Untuk mengetahui hubungan biaya promosi dengan permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya.
- 4 Untuk mengetahui hubungan kualitas hasil bimbingan belajar dengan permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil perolehan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis diharapkan dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut mengenai masalah-masalah yang terdapat dalam permintaan jasa dan pemasaran jasa, serta dapat meningkatkan pemahaman tentang teori-teori yang diterima dibangku kuliah.
2. Secara praktis diharapkan dapat memberi masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan permintaan konsumen.
3. Secara umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rekomendasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

1.4 Kerangka Pemikiran

Permintaan adalah jumlah jasa yang rela dan mampu dibeli oleh para pelanggan selama periode tertentu berdasarkan sekelompok kondisi tertentu. Sedangkan hukum permintaan menurut Bias (1996:9), secara sederhana merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang, makin banyak jumlah permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya semakin

tinggi harga semakin sedikit jumlah permintaan terhadap barang atau jasa tersebut dengan asumsi ceteris paribus (keadaan lain tetap sama).

Ace Partadireja (1999:168) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa disamping harga adalah "harga barang-barang lain, pendapatan konsumen, selera, serta faktor-faktor non-ekonomis lain seperti pertumbuhan penduduk, bencana alam, faktor-faktor sosial politik dan keamanan". Bentuk matematikanya adalah:

$$Q_i = f(P_i, Y, P_n, S, K)$$

Dimana:

P_i = harga jasa yang bersangkutan

Y = pendapatan konsumen

P_n = harga barang lain, terutama barang-barang yang bersaing

S = selera (taste), kesukaan seseorang atas sesuatu barang.

K = faktor-faktor non ekonomis lain

Menurut Samuelson (1996:76), permintaan suatu jasa ditentukan oleh factor-faktor:

- a. Harga barang/jasa yang bersangkutan,
- b. Pendapatan rata-rata konsumen,
- c. Jumlah penduduk,
- d. Harga barang/jasa lain yang berhubungan selera konsumen,
- e. Factor khusus lainnya.

Hubungan antara semua faktor yang mempengaruhi permintaan atas suatu produk dengan jumlah produk yang diminta disebut sebagai fungsi permintaan.

Menurut Tedy Herlambang (2002;37) permintaan dipengaruhi oleh:

- a. Harga
- b. Harga barang lain
- c. Kualitas dan disain
- d. Pengeluaran iklan
- e. Distribusi produk
- f. Pendapatan konsumen
- g. Jumlah konsumen

Menurut Vincent Gasperz (2003;14), factor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah sebagai berikut:

- a. Harga dari barang atau jasa itu sendiri
- b. Pendapatan konsumen
- c. Harga dari barang atau jasa yang berkaitan
- d. Ekspektasi konsumen yang berkaitan dengan harga barang atau jasa (tingkat pendapatan, ketersediaan dari barang atau jasa itu dimasa datang)
- e. Selera konsumen
- f. Banyaknya konsumen potensial
- g. Pengeluaran iklan atau promosi
- h. Atribut atau features dari produk itu
- i. Faktor-faktor spesifik lain yang berkaitan dengan permintaan terhadap produk X.

Philip Kotler berpendapat bahwa: “suatu jasa adalah berbagai tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak pada yang lain yang pada dasarnya tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan hak milik terhadap sesuatu. Produksinya dapat berkenaan dengan sebuah produk fisik ataupun tidak”. (Philip Kotler, 193:229).

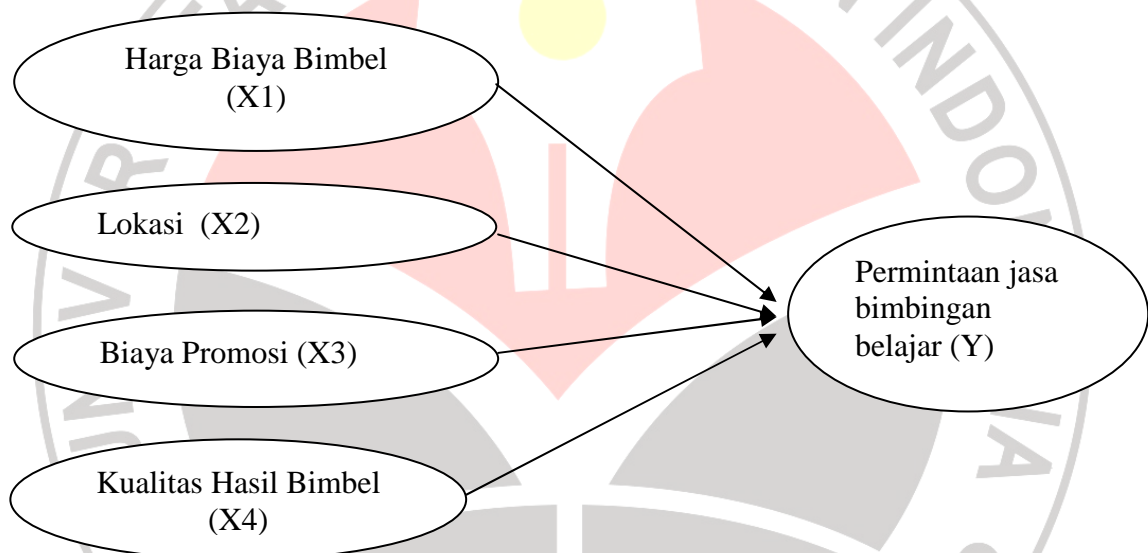
Terdapat perbedaan karakteristik antara produk berupa jasa dengan produk berupa barang. Menurut Edward W. Wheatley yang dikutip Buchari Alma (1992:230) menjelaskan beberapa perbedaan antara jasa dengan barang tersebut sebagai berikut:

- a. Pembelian jasa dipengaruhi oleh motif yang didorong oleh emosi,
- b. Jasa bersifat tidak berwujud, berbeda dengan barang yang bersifat berwujud, dapat dilihat, dirasa, dicium, memiliki berat, ukuran dan sebagainya.
- c. Barang bersifat tahan lama, tetapi jasa tidak, jasa dibeli dan dikonsumsi pada waktu yang sama,
- d. Barang dapat disimpan, sedangkan jasa tidak dapat disimpan,
- e. Ramalan permintaan dalam marketing barang merupakan masalah, tidak demikian halnya dengan marketing jasa. Untuk menghadapi masa-masa puncak, dapat dilatih tenaga khusus.
- f. Adanya masa puncak yang sangat padat, merupakan masalah tersendiri bagi marketing jasa. Pada masa puncak, ada kemungkinan layanan yang diberikan oleh produsen sangat minimum, misalnya waktu dipersingkat, agar dapat melayani

langganan sebanyak mungkin. Jika mutu jasanya tidak terkontrol maka ini dapat berakibat negative terhadap perusahaan, karena banyak langganan merasa tidak puas,

- g. Usaha jasa sangat mementingkan unsur manusia,
- h. Produksinya bersifat langsung, dari produsen ke konsumen.

Untuk memperjelas permasalahan, secara sederhana kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan 1-1 sebagai berikut:



Gambar 1-1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

X1, X2, X3, dan X4 = variabel bebas (independent variable)

Y = variabel terikat (dependent variable)

1.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara pada suatu penelitian. Menurut Sudjana (1996) hipotesis merupakan asumsi atau dugaan mengenai sesuatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu yang sering dituntut untuk melakukan

pengecekannya. Berdasarkan pernyataan di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang negatif antara harga biaya bimbingan belajar dengan permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya .
2. Terdapat hubungan yang positif antara lokasi dengan permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya.
3. Terdapat hubungan yang positif antara biaya promosi dengan permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya.
4. Terdapat hubungan yang positif antara kualitas hasil bimbingan belajar dengan permintaan jasa Bimbingan Belajar Primagama Se-Bandung Raya.

