

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Pendidikan merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk mempersiapkan kesuksesan di masa depan. Seiring dengan adanya era globalisasi dalam kehidupan masyarakat terutama dalam dunia bisnis, persaingan pun menjadi semakin tajam, baik di bidang produksi, jasa maupun sumber daya manusia. Hal tersebut membuat setiap perusahaan ditantang untuk dapat bersaing di dalam persaingan global yang ada. Berkaitan dengan hal tersebut, pengelolaan pendidikan pun menjadi suatu hal yang menjadi fokus utama masyarakat. Pengelolaan pendidikan kini tidak dapat lagi dilakukan dengan paradigma dan cara-cara lama, tetapi memerlukan peningkatan kualitas di berbagai sisi. Hasil Penelitian Artati (2007) menyatakan bahwa perubahan-perubahan pola pendidikan yang begitu cepat silih berganti serta globalisasi di segala bidang termasuk bidang pendidikan memunculkan persaingan yang sangat ketat di bidang bisnis jasa pendidikan. Lembaga non formal seperti bimbingan belajar harus selalu siap dengan perubahan-perubahan yang dikeluarkan pemerintah di bidang pendidikan dan harus mampu bersaing dalam dunia bisnis.

Pendidikan yang kita ketahui di dalam masyarakat terdapat dua jenis, yaitu pendidikan formal dan pendidikan non formal. Menurut hasil penelitian Hanafiyah (2015) pendidikan formal merupakan pendidikan yang memiliki tujuan untuk memperoleh jenjang keberhasilan yaitu kelulusan, sedangkan pendidikan non formal merupakan salah satu jalur pendidikan di luar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang. Pendidikan non formal diselenggarakan bagi masyarakat atau siswa didik yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi untuk melengkapi pendidikan formal. Salah satu jenis pendidikan non formal yang ada di dalam masyarakat adalah lembaga pendidikan bahasa Inggris, dimana lembaga ini berfungsi untuk mengembangkan potensi siswa pada penguasaan dan

pengetahuan bahasa Inggris. Jumlah lembaga bimbingan belajar/kurus yang tercatat di data referensi pendidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan kota Palembang adalah sebesar 283. Namun adapun beberapa lembaga pendidikan bahasa Inggris yang ternama di Palembang yang dapat diinformasikan pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Daftar LPBI di Palembang

NO.	Nama Lembaga	Alamat
1.	LBPP LIA	Jl. Jend. Sudirman No.2953
2.	Gloria English Course	Jl. Jend. Sudirman No.35
3.	Brotherhood	Jl. Merdeka No. 3105

Sumber: Data primer diolah (2017)

Hasil Penelitian Patama (2015) menyatakan bahwa persaingan adalah hal yang tidak bisa dihindarkan dan biasanya persaingan ini yang menjadi penentu keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Persaingan perusahaan untuk berprestasi atau mencapai kinerja yang tinggi dengan menerapkan strategi yang bertujuan untuk mencapai posisi yang menguntungkan dan kuat untuk membendung persaingan dalam dunia bisnis. Keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan tergantung pada analisa dan pengamatan yang cermat oleh perusahaan terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan. Lembaga penyelenggara jasa pendidikan perlu dikelola secara profesional dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan masyarakat karena perusahaan harus mampu menjalankan semua operasinya secara efektif dan efisien terutama di bidang pemasaran. Perusahaan dituntut untuk mampu melakukan usaha pemasaran yang menunjang keberhasilan suatu perusahaan dengan cara melakukan strategi pemasaran yang tepat.

Strategi pemasaran merupakan langkah yang tepat yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pasar demi mencapai

tujuan perusahaan. Hasil penelitian Setiyaningsih (2007) menyatakan bahwa strategi pemasaran dalam suatu perusahaan harus mampu melihat keinginan pasar dengan memuaskan konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Suatu perusahaan akan mengalami kegagalan jika perusahaan tersebut tidak mengetahui strategi yang tepat untuk memasarkan suatu produk, karena strategi pemasaran sangat berperan dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Perusahaan harus dapat memikirkan tindakan apa yang sebaiknya dilakukan sebagai usaha untuk menjaga stabilitas perusahaan. Suatu perusahaan yang menjalankan pemasaran membutuhkan lebih dari sekedar mengembangkan produk dengan kualitas yang baik, ataupun memberikan harga yang menarik serta terjangkau oleh pelanggan sasaran (*target market*), tetapi juga yang harus dipikirkan adalah aspek lain oleh perusahaan agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan.

Hasil penelitian Lubis (2014) menyatakan bahwa strategi untuk menghadapi lingkungan eksternal dapat ditetapkan dengan mengetahui apa yang menjadi ancaman (*Threats*) dan apa yang menjadi peluang (*Opportunities*) bagi perusahaan. Setelah mengetahui lingkungan eksternal yang dihadapi, maka analisis lingkungan internal perlu dilakukan guna mengetahui apa yang menjadi kekuatan (*Strengths*) dan apa yang menjadi kelemahan (*Weaknesses*) dari perusahaan. Dengan demikian perusahaan selalu dapat beradaptasi dengan lingkungannya sehingga upaya untuk mencapai tujuan perusahaan senantiasa akan dapat dicapai. Penentuan strategi pemasaran dapat dilakukan oleh manajer pemasaran dengan memperhatikan konsumen dan *marketing mix* yang dipakai dalam memasarkan produk. *Marketing mix* ini terdiri dari variabel-variabel seperti *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), dan *Physical Evidence* (Sarana Fisik). Setiap variabel yang terdapat dalam *marketing mix* saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lainnya dan harus dikembangkan oleh suatu perusahaan agar saling mendukung dalam mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan.

Salah satu perusahaan yang menghadapi persaingan yang penulis paparkan diatas adalah perusahaan yang bergerak dibidang Jasa LPBI Global English Language Center Palembang. Pendidikan Bahasa Inggris di Indonesia banyak yang menawarkan pelayanan dengan strategi pemasarannya masing-masing agar dapat menarik perhatian masyarakat untuk bergabung. Salah satunya adalah LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang. Global English Language Center (GELC) Palembang adalah sebuah Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris yang terletak di Jln. Demang Lebar Daun No. 2564 Palembang. Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris ini menyediakan berbagai fasilitas menarik dan unik untuk mengajar para siswa-siswi karena Global English Language Center (GELC) Palembang merupakan Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris yang mempunyai kualitas pelayanan yang baik dengan cara menerapkan metode belajar untuk meningkatkan minat belajar siswa-siswi dengan menawarkan program-program yang akan memberikan keterampilan berbahasa inggris dengan slogannya yang terkenal yaitu "*Others teach you English, We Make You Speak*". Global English Language Center (GELC) Palembang mampu memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik karena LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang berbeda dari yang lain, yaitu dengan cara memberikan fasilitas dan program pembelajaran yang akan meningkatkan minat belajar siswa-siswi.

Namun usaha yang dilakukan LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang ini tidak lepas dari permasalahan. Salah satu masalah yang berkaitan adalah mengenai strategi pemasaran yang diberikan. Pada saat sekarang ini maupun saat kedepan, strategi pemasaran yang diterapkan oleh suatu perusahaan atau lembaga harus disesuaikan tidak hanya pada sasaran konsumen semata, tetapi juga pada para pesaing yang mengincar pasar sasaran konsumen yang sama. Hasil penelitian Lubis (2014) menyatakan bahwa sebelum perusahaan menetapkan dan menjalankan strateginya hendaklah terlebih dahulu melakukan analisa SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity* dan *Threats*) yaitu melihat dan menganalisa kekuatan,

kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimilikinya sendiri dan juga yang dimiliki oleh para pesaingnya. Suatu perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang baik dengan menggunakan analisa SWOT untuk meminimalisasi kelemahan maupun ancaman dan memaksimalkan kekuatan maupun peluang dari perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang mengenai strategi pemasaran, dari 7 bauran pemasaran LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang menerapkan 5 strategi bauran pemasaran jasa yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *People* (Sumber Daya Manusia), *Promotion* (Promosi), dan *Place* (Tempat). Penulis melakukan analisis dengan menggunakan matrik EFE & IFE dan dengan matrik SWOT yang akan menghasilkan faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan dalam kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) LPBI Global English Langguage Center (GELC) Palembang. Maka berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti dan mengangkat permasalahan mengenai **“STRATEGI PEMASARAN LPBI GLOBAL ENGLISH LANGUAGE CENTER (GELC) PALEMBANG BERBASIS ANALISIS SWOT”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran yang tepat dalam *marketing mix* yang meliputi (*Product, Price, Promotion, People* dan *Place*) pada LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang?
2. Bagaimana analisis SWOT terhadap faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang mempengaruhi strategi pemasaran pada LPBI Global English Language Center?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Pada kesempatan ini, penulis membatasi lingkup pembahasan agar laporan ini tidak menyimpang dari permasalahan yang telah dikonsepsi oleh penulis. Adapun ruang lingkup pembahasan Laporan Akhir ini yaitu: “Strategi Pemasaran LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang berbasis analisis SWOT”

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menemukan strategi pemasaran yang tepat dalam strategi bauran pemasaran jasa yang meliputi (*Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), *People* (Sumber Daya Manusia), dan *Place* (Tempat) pada LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang.
2. Menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang mempengaruhi strategi pemasaran pada LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threat*).

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penulisan laporan ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam penelitian mengenai strategi pemasaran yang tepat pada LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang menggunakan analisis SWOT.

2. Bagi Perusahaan/Instansi

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan memberikan tambahan informasi bagi perusahaan LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang dalam membuat keputusan tentang strategi pemasaran yang tepat untuk perusahaan dalam meningkatkan dan mengembangkan usahanya tersebut.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lainnya dalam melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai tambahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di LPBI Global English Language Center (GELC) yang berlokasi di Jl. Demang Lebar Daun nomor 2564, Palembang. Adapun yang akan penulis tinjau adalah strategi pemasaran yang tepat dalam *marketing mix* yang meliputi: *Product, Price, Promotion, People, dan Place* pada LPBI Global English Language Center Palembang melalui analisis SWOT.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder menurut Yusi, dan Idris (2009:103) adalah:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti dimana data tersebut dapat diperoleh dari penyebaran kuesioner di LPBI Global English Language Center Palembang.

2. Data Sekuder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain biasanya dalam bentuk publikasi. Adapun data sekunder yang penulis peroleh yaitu dokumen-dokumen yang diperoleh dari objek/tempat penelitian atau lembaga melalui sumber-sumber pustaka lainnya yang berhubungan dengan bidang yang akan diteliti.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dalam penulisan laporan ini untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan laporan ini yaitu:

1. Riset Lapangan (*field Research*),

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke perusahaan yang menjadi objek penelitian yaitu LPBI Global English Language Center (GELC) Palembang, misalnya dengan wawancara dan menggunakan kuesioner. Dalam hal ini penulis mewawancarai pemilik GELC dan membagikan kuesioner kepada responden yang berasal dari internal perusahaan dan eksternal perusahaan. Responden internal adalah karyawan GELC, sedangkan responden eksternal adalah para siswa-siswi yang menggunakan jasa lembaga pendidikan bahasa Inggris di Global English Language Center (GELC) Palembang secara langsung untuk memperoleh data.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu dengan mempelajari buku-buku dan literatur dan bahan bacaan yang ada kaitannya dengan penulisan Laporan Akhir ini.

3. Dokumentasi (*Documentation*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen-dokumen atau bukti tertulis atau catatan-catatan tertulis perusahaan guna melengkapi Laporan Akhir ini.

1.7 Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam pengukuran data adalah *rating scale*, *rating scale* ini memperoleh data mentah yang berupa angka kemudian di kualitatifkan. Adapun *rating scale* dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu:

Tabel 1.2
Skala Likert

No.	Keterangan	Skala
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan (2010:39)

1.8 Analisis Data

Analisis data yang dilakukan pada penulisan Laporan Akhir ini yaitu deksriptif kualitatif. Dimana karakteristik objek penelitian dijelaskan dalam bentuk angka kemudian diinterpretasikan ke dalam pengertian kualitatif. Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis SWOT yaitu dengan menggunakan matrik IFE matrik EFE, dan matrik SWOT yang merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis data faktor internal dan faktor eksternal berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan Global English Language Center (GELC) Palembang.

1.8.1 Analisis Matrik IFE dan matrik EFE

1.8.1.1 *Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)*

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength* dan *Weakness* perusahaan.

1.8.1.2 Eksternal Strategic Analysis Summary (EFAS)

EFAS merupakan suatu alat analisa yang menyajikan kondisi eksternal perusahaan untuk menentukan faktor peluang dan ancaman yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Tabel 1.3

Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)

No.	Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
S <i>(Strenght)</i> Kekuatan				
1.	A	0,18	3,00	0,54
2.	B	0,16	3,00	0,48
3.	C	0,14	4,00	0,56
W <i>(Weaknesss)</i> Kelemahan				
4.	D	0,14	2,00	0,28
5.	E	0,18	1,00	0,18
6.	F	0,20	2,00	0,40

Sumber: Rohim (2008:91)

Tabel 1.4

Eksternal Strategic Analysis Summary (EFAS)

No.	Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
O <i>(Opportunities)</i> Peluang				
1.	A	0,18	3,00	0,54
2.	B	0,16	3,00	0,48
3.	C	0,14	4,00	0,56
T <i>(Threats)</i> Ancaman				
4.	D	0,14	2,00	0,28
5.	E	0,18	1,00	0,18
6.	F	0,20	2,00	0,40

Sumber: Rohim (2008:91)

1.8.1.3 Cara perhitungan Bobot, Rating, dan Skor IFAS & EFAS

- Berikut ini cara perhitungan bobot untuk IFAS dan EFAS menurut Rohim (2008:91) :

$$\text{Bobot} = \frac{\text{I} + \text{E}}{\text{Jumlah I} + \text{E (S dan W)}}$$

Untuk IFAS

$$\text{Bobot} = \frac{\text{I + E}}{\text{Jumlah I + E (O dan T)}}$$

Untuk EFAS

2. Berikut ini cara perhitungan rating menurut Wijaya (2013:72) :

$$\text{Rating} = \frac{\text{Jumlah total setiap masing-masing pertanyaan}}{\text{Jumlah Responden}}$$

3. Berikut ini cara perhitungan skor menurut Rohim (2008:91):

$$\text{Skor} = \text{Bobot} \times \text{Rating}$$

1.8.2 Matrik SWOT

Menurut Rangkuti (2001:31) matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yaitu:

Tabel 1.5 Matrik SWOT

IFE EFE	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (2001:31)

a. **Strategi SO**

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. **Strategi ST**

Strategi ini adalah untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. **Strategi WO**

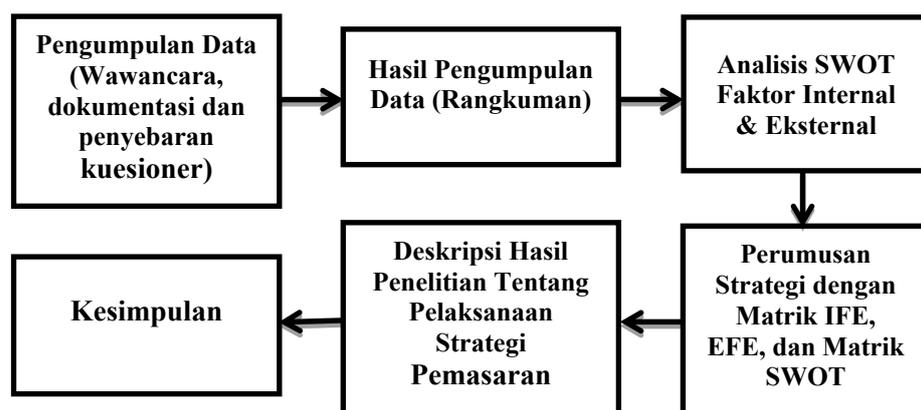
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. **Strategi WT**

Strategi ini didasarkan pada kegiatan perusahaan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

1.8.3 Proses Analisis Data

Dari hasil penggambaran tentang teknik analisis data yang digunakan, peneliti memaparkan proses atau alur yang nantinya akan dilakukan dalam memproses data penelitian sebagai berikut:



Gambar 1.1

Proses Analisis Data

Sumber: Data primer diolah (2017)