

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Penyelenggaraan sistem pendidikan di Indonesia pada umumnya lebih mengarah pada model pembelajaran yang dilakukan secara massal dan klasikal, dengan berorientasi pada kuantitas agar mampu melayani sebanyak-banyaknya peserta didik sehingga tidak dapat mengakomodir kebutuhan peserta didik secara individual diluar kelompok. Pada hakikatnya, pendidikan hendaknya mampu mengembangkan potensi kecerdasan serta bakat yang dimiliki menjadi suatu prestasi yang mampu difokuskan pada keberhasilan peserta didik dengan jaminan kelak kemudian hari dapat menopang kesejahteraan peserta didik itu sendiri, keluarganya serta masa depannya dengan kehidupan yang layak di masyarakat.

Pengertian Pendidikan Menurut UUD No.20 tahun 2003, Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat bangsa dan negara.

Oleh karena itu, dalam upaya untuk mendukung program pemerintah yaitu ikut mencerdaskan kehidupan bangsa, peran bimbingan belajar sangat dibutuhkan keberadaannya. Pada awalnya bimbingan belajar dibentuk untuk membantu siswa yang baru lulus dalam menghadapi ujian masuk baik sekolah maupun perguruan tinggi yang diinginkan, disamping untuk mencerdaskan kehidupan bangsa terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh seorang guru terutama dalam menghadapi anak yang kurang memperhatikan pelajaran dan masalah yang ada pada dirinya sehingga dapat berhasil dalam belajar dan ada juga sebagian siswa yang merasa kurang tepat dalam metode pembelajaran yang diterapkan guru dalam penyampaian materi yang disampaikan.

Untuk mengatasi masalah tersebut maka bimbingan belajar sangat dibutuhkan perannya, diantara sekian banyaknya bimbingan belajar yang ada salah satunya adalah Bimbingan Belajar Matrik Palembang.

Bimbingan Belajar (Bimbel) yang mana target mereka adalah siswa dan mahasiswa sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat diantara perusahaan. Suatu perusahaan haruslah mempunyai strategi sendiri dalam menarik minat konsumen, di antara sekian banyaknya strategi pemasaran yang ada selama ini, salah satu diantaranya yaitu Promosi. Menurut Daryanto (2011:94), Promosi merupakan kegiatan terakhir dari marketing mix yang sangat penting karena sekarang ini kebanyakan pasar lebih banyak bersifat pasar pembeli dimana keputusan terakhir terjadinya transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen. Salah dari kegiatan promosi tersebut termasuk kedalam bauran promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Promosi tersebut berfungsi untuk meningkatkan jumlah ataupun volume penjualan.

Demikian juga Matrik Palembang merupakan lembaga pendidikan yang bergerak dalam bimbingan belajar siswa dari tingkat SD, SMP/MTS, SMA/MA dengan menyajikan berbagai program yang ditawarkan dalam upaya menarik minat siswa untuk mengikuti bimbingan belajar di Matrik. Kegiatan promosi yang dilakukan Matrik Palembang yaitu dengan memberikan informasi mengenai produk serta fasilitas yang diberikan sehingga dapat menarik minat atau mempengaruhi konsumen untuk membeli atau memakai produk atau jasa tersebut. Promosi penjualan dengan periklanan berupa brosur, dengan cara menyebarkan brosur ke sekolah-sekolah, spanduk yang di pasang di setiap cabang dan juga kalender yang dicetak pada setiap awal tahunnya dan diberikan kepada siswa yang mendaftar, diskon dengan cara memberikan potongan harga kepada siswa dan try out dengan memberikan gratis try out setiap bulannya. Media promosi yang dilakukan oleh Bimbingan Belajar Matrik diharapkan dapat meningkatkan target yang diinginkan. Namun pada setiap kegiatan promosi tersebut kadang kala tidak mencapai target yang diinginkan. Oleh karena itu

penulis bermaksud untuk meneliti mengenai pengaruh promosi penjualan dengan periklanan terhadap keputusan siswa memilih Bimbel Matrik Palembang dan variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih Bimbel Matrik Palembang, mengingat banyaknya persaingan diantara bimbingan belajar yang ada pada saat ini.

Berikut ini merupakan data target dan realisasi jumlah siswa Bimbingan Belajar Matrik Palembang dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir mulai dari tahun 2009-2013 seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Jumlah Siswa
Bimbingan Belajar Matrik Palembang
Tahun 2009-2013

No	Tahun	Target Siswa	Realisasi Siswa
1	2009	750	635
2	2010	800	694
3	2011	1100	897
4	2012	1450	1492
5	2013	1600	1586

Sumber : Bimbingan Belajar Matrik Palembang, 2014.

Dari data diatas dapat diketahui bahwa jumlah siswa Bimbingan Belajar Matrik Palembang selalu mengalami peningkatan pada setiap tahunnya dari tahun 2009-2013, sehingga pada tahun 2013 terdapat sebanyak 1586 siswa, walaupun target yang diinginkan tidak tercapai.

Berdasarkan informasi diatas pentingnya melakukan promosi guna menghadapi persaingan yang semakin ketat dan mempunyai dampak pada pengambilan keputusan pembelian, maka dari itu penulis tertarik menulis Laporan Akhir yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan Dengan Periklanan Terhadap Keputusan Siswa Memilih Bimbingan Belajar Matrik Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Salah satu strategi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap pengambilan keputusan pembelian yaitu dengan melakukan promosi. Berdasarkan latarbelakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan masalah yaitu

1. Bagaimana pengaruh promosi penjualan dengan periklanan terhadap keputusan siswa memilih Bimbingan Belajar Matrik Palembang?
2. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih Bimbel Matrik Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas yaitu:

1. Bagaimana pengaruh promosi penjualan dengan periklanan terhadap keputusan siswa memilih Bimbingan Belajar Matrik Palembang
2. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih Bimbel Matrik Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan melakukan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi penjualan dengan periklanan terhadap keputusan siswa memilih Bimbingan Belajar Matrik Palembang.
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih Bimbel Matrik Palembang.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan promosi dengan periklanan pada lembaga pendidikan Matrik Palembang.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat penulisan melakukan penelitian ini yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan informasi bagi perusahaan untuk terus mengembangkan dan meningkatkan pemasaran.

2. Bagi Lembaga

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang mengadakan penelitian dengan objek yang sama dan khususnya dalam bidang studi Manajemen Pemasaran.

3. Bagi Penulisan

Untuk menambah ilmu pengetahuan bagi penulis pada bidang study manajemen pemasaran khususnya mengenai kegiatan promosi dalam menulis sebuah penelitian dan membuka wawasan yang luas bagi penulis untuk menulis penelitian selanjutnya.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penelitian, maka penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian. Objek penelitian penulis adalah Bimbingan Belajar Matrik Palembang Jalan Mayor Santoso 3111.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam menulis penelitian ini adalah dengan menggunakan Data Primer dan Data Sekunder sebagai sumber data. Data

- Primer (*primary data*) yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa interview dan observasi.

- Data Sekunder (*secondary data*) yaitu data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan Laporan Akhir ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan penelitian dan peninjauan secara langsung kelapangan atau organisasi atau perusahaan untuk mendapatkan data yang lengkap.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode:

a. Wawancara

Penulis melakukan komunikasi secara langsung dengan Supervisor yaitu Bapak Suyanto dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian sehingga memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk penulisan laporan akhir.

b. Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian guna memperoleh data yang dibutuhkan, penulis melakukan pengamatan dengan cara mengunjungi secara langsung Bimbingan Belajar Matrik Palembang.

c. Kuesioner

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagikan pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabanya (Suliyanto, 2006:140).

d. Dokumen

Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari lembaga/institusi. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

2. Riset Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dan mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan apa yang akan dibahas dalam penulisan laporan akhir. Teori-teori diperoleh dari buku-buku literature dan internet yang akan menjadi landasan teori selanjutnya.

1.5.4 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2008:90) pengertian Populasi dan Sampel, sebagai berikut:

- a. Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa Matrik Palembang tingkat SD, SMP dan SMA.
- b. Sampel diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jadi jika populasi terlalu besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti menggunakan sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Untuk mencari jumlah sampel, maka penulis menggunakan rumus Slovin, (Umar, 2003 :141).

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = sampel

N= populasi

e = tingkat kesalahan yang masih dapat ditoleransi 10%.

Jumlah siswa Bimbingan Belajar Matrik Palembang sebanyak 1.586 siswa, untuk menentukan sampel yang dibutuhkan maka penulis menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$N = \frac{1586}{1 + 1586(0,1)^2}$$

N= 94, 0688(94) dibulatkan

N= 94 siswa

Jadi, berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 94 siswa yang disebut sebagai responden.

1.5.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif.

a. Penelitian Kualitatif

Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Cresswell, 1998: 15).

b. Penelitian Kuantitatif

Metode kuantitatif yaitu dasar yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan. Menurut Syahirman (2008:102), data kuantitatif yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka).

Perhitungan presentase dari hasil kuesioner yaitu dengan menggunakan *Skala Likert*. Kemudian setiap indikator tersebut dijadikan item-item yang dapat dijabarkan berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap instrumen yang menggunakan **Skala Likert** mempunyai gradasi dari yang paling positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, Menurut Syahrman (2008:102) :

Tabel 1.2
Skala Likert

Promosi	Keputusan Pembelian	Bobot Nilai/Skor
SS = Sangat Setuju	SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	S = Setuju	4
CS = Cukup Setuju	CS = Cukup Setuju	3
TS = Tidak Setuju	TS = Tidak Setuju	2
STS= Sangat Tidak Setuju	STS= Sangat Tidak Setuju	1

1. Analisis Data

Penulis akan melakukan pengujian dan perhitungan hasil kuesioner dengan menggunakan SPSS dengan melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1) Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut Arikunto (2006:168) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau shahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah”

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus *korelasi product moment* yang dikemukakan oleh Pearson :

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{ n \sum X^2 - (\sum X)^2 \} \{ n (\sum Y^2) - (\sum Y)^2 \}}}$$

Keputusan mengujian validitas dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

- a) Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$
- b) Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$.

2) Uji Realibilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Arikunto (2006:178) yang dimaksud Realibilitas adalah “Menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu”.

Mencari Realibilitas instrumen yang skornya bukan 0-1, tetapi rentangan antara beberapa nilai. Penulis dalam hal ini menggunakan bentuk skala dengan rentang skor antara 1-5, maka untuk pengujian ini menggunakan rumus Cronbach Alpha (Husein Umar, 2002:207), yaitu :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \frac{1 - \sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}$$

Dimana :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

3) Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kontribusi variabel brosur, spanduk, kalender, try out dan diskon terhadap keputusan siswa, dinyatakan oleh nilai koefisien regresi dimana persamaan akan diperoleh melalui program SPSS. Menurut Sugiyono (2013:277) Regresi Berganda

digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turun) variabel dependen (kriterium) bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkannya nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Persamaan regresi untuk 2 berganda ini dapat ditulis sebagai berikut:

Regresi Berganda

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + \dots + b_n X_n$$

Y = Keputusan Siswa

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi dari Variabel

X1 = Variabel Brosur

X2 = Variabel Spanduk

X3 = Variabel Kalender

X4 = Variabel Diskon

X5 = Variabel Try Out

Pada penelitian ini penulis menggunakan 6 variabel yang terdiri dari variabel independen yaitu brosur (X1), spanduk (X2), kalender (X3), diskon (X4), try out (X5) dan variabel dependen adalah keputusan siswa (Y).

4) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen: brosur, spanduk, kalender, try out, diskon terhadap variabel dependen. keputusan siswa. Menurut Ghazali (2005: 84) Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis jika hipotesis alternatif (Ha) yang diusulkan :

1. Ha diterima jika F hitung atau t hitung > F tabel atau t tabel, atau nilai p-value pada kolom sig < level of signifikan (0,05)

2. H_a ditolak jika F hitung atau t hitung $< F$ tabel atau t tabel, atau nilai p -value pada kolom sig $>$ level of signifikan (0,05).

H_a diterima : Ada pengaruh secara signifikan

H_a ditolak : Tidak Ada pengaruh secara signifikan

5) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji simultan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel brosur, spanduk, kalender, try out dan diskon terhadap keputusan siswa. Menurut Ghozali (2005: 84) Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis jika hipotesis alternatif (H_a) yang diusulkan :

1. H_a diterima jika F hitung atau t hitung $> F$ tabel atau t tabel, atau nilai p -value pada kolom sig $<$ level of signifikan (0,05)
2. H_a ditolak jika F hitung atau t hitung $< F$ tabel atau t tabel, atau nilai p -value pada kolom sig $>$ level of signifikan (0,05)

H_a diterima : Ada pengaruh secara signifikan

H_a ditolak : Tidak Ada pengaruh secara signifikan

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan untuk memberikan gambaran secara garis besar mengenai isi laporan akhir secara singkat dan jelas, sehingga dapat menggambarkan hubungan antar bab yang masing-masing bab akan dibagi beberapa sub-sub secara keseluruhan.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai dasar-dasar dan arah serta permasalahan yang akan dijelaskan, yaitu:

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Perumusan masalah
- 1.3 Ruang lingkup
- 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian
- 1.5 Metodologi Penulisan

- 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
- 1.5.2 Jenis Dan Sumber Data
- 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data
- 1.5.4 Populasi Dan Sampel
- 1.5.5 Teknik Analisis Data
- 1.6 Sistematika Penulis

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan mengemukakan teori-teori serta pendapat para ahli yang dapat mendukung Laporan Akhir ini. Adapun teori yang dicantumkan dalam laporan ini adalah sebagai berikut:

- 2.1 Pengertian Pemasaran
 - 2.1.1 Pengertian Pemasaran
 - 2.1.2 Tujuan Pemasaran
 - 2.1.3 Manajemen Pemasaran
- 2.2 Pengertian Bauran Promosi
 - 2.2.1 Pengertian Bauran Promosi
- 2.3 Kegiatan Promosi
 - 2.3.1 Tujuan Promosi
- 2.4 Promotional Mix
 - 2.4.1 Pengertian Promotional Mix
 - 2.4.2 Faktor-Faktor yang dapat Mempengaruhi Promotional Mix
- 2.5 Pengertian Periklanan
 - 2.5.1 Pengertian Periklanan
 - 2.3.2 Media Periklanan
 - 2.3.3 Kriteria untuk Periklanan yang Efektif
 - 2.3.4 Tujuan Periklanan
 - 2.3.5 Jenis-Jenis Periklanan
 - 2.3.6 Anggaran Periklanan

- 2.6 Pengertian Promosi Penjualan
 - 2.6.1 Pengertian Promosi Penjualan
 - 2.6.2 Tujuan Promosi Penjualan
 - 2.6.3 Alat-alat Promosi Penjualan
- 2.7 Pengertian Bimbingan Belajar
 - 2.7.1 Pengertian Bimbingan Belajar
 - 2.7.2 Pengertian Pendidikan
- 2.8 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang keadaan umum perusahaan yang dijadikan objek penelitian dalam laporan akhir adalah sebagai berikut:

- 3.1 Sejarah Singkat Perusahaan
- 3.2 Visi Dan Misi Perusahaan
 - 3.2.1 Visi Perusahaan
 - 3.2.2 Misi Perusahaan
- 3.3 Struktur Organisasi Perusahaan
- 3.4 Pembagian Tugas kerja Perusahaan
- 3.5 Keadaan Umum Perusahaan
- 3.6 Gambaran Indikator Perusahaan
- 3.7 Kegiatan Promosi Perusahaan
- 3.8 Target dan Realisasi
- 3.9 Profil Responden
 - 3.9.1 Profil Responden Berdasarkan Tingkat
 - 3.9.2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun analisis yang akan dibahas penulis pada bab ini adalah sebagai berikut:

- 4.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas

4.1.1 Uji Validitas

4.1.2 Uji Realibilitas

4.2 Pengaruh promosi penjualan dengan periklanan terhadap keputusan siswa memilih bimbingan belajar Matrik Palembang.

4.2.1 Hasil Uji Regresi Berganda

4.2.1.1 Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)

4.2.1.2 Hasil Uji T (Uji Secara Parsial)

4.4 Variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih Bimbel Matrik Palembang.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun subbab yang akan ditulis yaitu:

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran