

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin lama semakin pesat. Secara otomatis, tingkat persaingan dalam berbisnis akan semakin tajam pula. Adanya persaingan bisnis tersebut menuntut perusahaan untuk selalu siap menghadapi perubahan. Hal tersebut terjadi akibat adanya perubahan dari luar maupun dari dalam suatu perusahaan. Terjadinya perubahan ini dapat membuat cara hidup suatu perusahaan yang terbukti berhasil sebelumnya, belum tentu akan berhasil saat ini apalagi untuk digunakan di masa yang akan datang (Tedjo dan Udan, 2005). Dengan adanya perubahan tersebut, para pebisnis harus memiliki strategi yang baik dalam menghadapi semua kondisi dan kemungkinan perubahan.

Penelitian Woodward (1965) membuktikan bahwa perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang mampu menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan. Pemikiran strategis menjadi sangat penting untuk menopang jalannya sebuah perusahaan. Kepentingan akan pemikiran strategis disebabkan karena dengan cepatnya perubahan lingkungan akan mengakibatkan organisasi yang tidak siap menghadapi perubahan, akan sulit berubah pada saat perubahan itu benar-benar terjadi dan akhirnya akan mengalami kegagalan (Tedjo dan Udan, 2005). Salah satu bisnis yang juga harus menyiapkan strategi dalam menjalankan usahanya ialah bimbingan belajar (bimbel). Bimbingan belajar merupakan bisnis yang menyediakan jasa pengajaran bagi para siswa diluar jam belajar di sekolah.

Keberadaan bimbel pada masa kini dirasakan cukup penting. Kurikulum di sekolah yang terus berkembang dan tingkat kesibukan para orang tua yang menyita waktu mereka untuk mengajari anak mereka di rumah, menjadi dua hal yang membuat keberadaan bimbel menjadi kebutuhan. Dengan dibutuhkannya bimbel, maka bimbingan belajar juga harus mempersiapkan strategi supaya mampu bertahan bahkan berkembang. Perkembangan tersebut harus tetap dilakukan meskipun berbagai ancaman dan kelemahan benar-benar menyerang

bisnis itu sendiri. Salah satu bimbel yang sedang dituntut untuk mempersiapkan strategi yang tepat akibat adanya perubahan yaitu bimbingan belajar Delta.

Delta merupakan bimbingan belajar yang mengutamakan program belajar bilingual (dua bahasa), yang didirikan pada tahun 2010. Bimbel yang berlokasi di Sekip Ujung ini, menjadikan program bimbel bilingual menjadi program utama yang ditawarkan semenjak adanya peraturan penyelenggaraan RSBI (Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional) dan SBI (Sekolah Bertaraf Internasional). Penyelenggaraan RSBI dan SBI ini berdasarkan UU No. 20 Tahun 2003, khususnya pasal 50 ayat 3 dan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional (Permendiknas) No. 78 tahun 2009. Proses pembelajaran di RSBI dan SBI menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantarnya. Selain itu, penyelenggaraan program belajar bilingual di Delta didukung pula dengan masih sedikitnya penyedia bimbel bilingual. Penulis melakukan observasi sejak tahun pertama penulis diterima bekerja sebagai staf pengajar di Delta yakni tahun 2010. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, dapat diketahui bahwa Delta telah melakukan berbagai langkah promosi. Berbagai langkah promosi yang Delta lakukan meliputi pembagian brosur, pemberitahuan melalui media massa berupa koran, melalui media sosial, yakni dari *twitter* dan *facebook*, serta yang paling kuat dampaknya hingga saat ini adalah informasi dari mulut ke mulut. Selain melakukan promosi, Delta juga berusaha untuk memberikan kenyamanan bagi para siswa dengan membentuk kelas privat (pengajar datang ke rumah siswa) dan semi privat dengan jumlah siswa maksimal tujuh orang. Kelas tersebut disajikan dengan kelas kursi dan berlesehan. Delta juga memberikan potongan pembayaran bagi siswa berprestasi di sekolah, serta proses belajar menggunakan multimedia.

Setelah melakukan berbagai strategi pemasaran, Delta tidak juga dapat mencapai hasil maksimal dari target kelas MIPA Reguler. Hal ini terbukti dengan jumlah kelas yang diminta untuk MIPA Reguler dibawah 10 Kelas dari tahun 2010 sampai pada semester genap tahun 2012. Pada semester ganjil tahun 2012 hingga semester genap tahun 2013, hanya tercapai 12 kelas. Setelah itu, di semester ganjil tahun 2013 terjadi penurunan hingga tinggal 6 kelas dan pada semester genap tahun 2014 hanya tinggal 5 kelas. Pada saat itu, Delta

menargetkan minimal 15 kelas yang berjalan untuk MIPA Reguler. Untuk kelas bahasa Inggris, permintaan kelas memang relatif banyak, hanya saja, kelas tersebut merupakan kelas dari siswa yang memiliki loyalitas tinggi. Kelas bahasa Inggris berjumlah 17 kelas berjalan sejak semester ganjil tahun 2011, peningkatan kelas terjadi di semester ganjil tahun 2012. Peningkatan ini bertahan hingga semester genap tahun 2013 hingga 26 kelas. Penurunan terjadi di semester ganjil tahun 2013 hingga tinggal 18 kelas, lalu pada semester genap tahun 2014 hingga tinggal 13 kelas. Kelas bahasa Inggris yang berjalan merupakan para siswa yang minimal sudah belajar di Delta selama satu hingga dua tahun, bahkan ada yang tetap belajar sejak Delta berdiri hingga saat ini. Untuk kelas bilingual, terjadi peningkatan sedikit demi sedikit dari tahun awal berdiri, hingga mencapai 5 kelas sampai semester genap tahun 2013. Semenjak dihapuskannya kebijakan penyelenggaraan RSBI dan SBI yakni pada semester ganjil tahun 2013 sampai semester genap tahun 2014, tidak ada lagi permintaan kelas bilingual. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa Delta juga kurang memperhitungkan ancaman yang mungkin terjadi dan mengancam usahanya. Tanpa diprediksi sebelumnya, pada semester ganjil tahun 2013, penyelenggaraan RSBI dan SBI dihapuskan. Untuk itu, Delta harus memformulasikan strategi yang tepat dalam memasarkan program bimbingan belajarnya. Hal ini perlu dilakukan supaya dapat menanggulangi kondisi penurunan siswa secara drastis bagi kelas bilingual dan meningkatkan jumlah kelas reguler.

Bimbingan Belajar Delta memang sedang mengalami dua kondisi yang sejalan, kondisi ini terjadi karena kesalahan penetapan strategi pemasaran serta kurangnya pertimbangan akan ancaman perusahaan. Tidak tercapainya permintaan kelas secara maksimal bagi kelas reguler setelah dilakukan beberapa strategi pemasaran merupakan masalah penetapan strategi. Selain itu, dengan penurunan drastis yang terjadi bagi kelas bilingual karena dihapuskannya kebijakan RSBI dan SBI, merupakan bagian dari kesalahan penetapan strategi yang kurang mempertimbangkan kemungkinan ancaman yang terjadi setelah dipasarkannya suatu produk ataupun jasa tertentu. Dengan tujuan supaya dapat mempertahankan eksistensi bimbel Delta, serta meskipun program bimbel

bilingual sudah tidak dapat dilanjutkan lagi, pihak bimbel harus mampu memformulasikan strategi yang tepat dalam memasarkan program bimbel MIPA dan bahasa Inggris reguler.

Salah satu analisis yang dapat digunakan dalam memformulasikan strategi pemasaran yakni melalui analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Dengan menganalisis semua aspek tersebut, diharapkan strategi yang diformulasikan dapat membantu menetapkan formulasi strategi yang tepat bagi bimbel Delta.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis bermaksud untuk melakukan analisis SWOT dalam memasarkan program bimbel MIPA dan bahasa Inggris yang diselenggarakan bimbel Delta Palembang. Penulis tertarik untuk menulisnya ke dalam laporan akhir dengan judul: **“Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Program Bimbingan Belajar MIPA dan Bahasa Inggris di Bimbingan Belajar Delta Palembang”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari berbagai penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah yang dihadapi bimbel Delta adalah:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi bimbingan belajar Delta dalam memasarkan program bimbingan belajar MIPA dan bahasa Inggris?
2. Bagaimana strategi yang tepat dalam memasarkan program bimbingan belajar MIPA dan bahasa Inggris?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Adapun ruang lingkup penulisan yang penulis batasi pada laporan akhir ini meliputi:

1. Penerapan analisis SWOT oleh bimbingan belajar Delta dalam memasarkan program bimbingan belajar MIPA dan bahasa Inggris reguler.

2. Strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan program bimbingan belajar MIPA dan bahasa Inggris.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1.4.1 Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan penulis melakukan penulisan ini yaitu:

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam memasarkan program bimbingan belajar MIPA dan bahasa Inggris di Bimbingan Belajar Delta Sekip Ujung, Palembang.
2. Untuk mengetahui strategi yang tepat dalam memasarkan program bimbingan belajar MIPA dan bahasa Inggris di Delta.

### **1.4.2 Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat dalam penulisan laporan akhir ini adalah:

1. Bagi Penulis  
Diharapkan dapat menambah atau memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan, khususnya dalam memanfaatkan pengetahuan yang telah diperoleh selama pelaksanaan penulisan ini di bidang manajemen pemasaran.
2. Bagi Bimbingan Belajar Delta Sekip Ujung Palembang  
Diharapkan penulisan ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan menambah masukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman guna menetapkan strategi dalam memasarkan program bimbingan belajar MIPA dan bahasa Inggris.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

### 1. Data Primer

Data Primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2010:6).

Pada penulisan ini, data primer penulis peroleh secara langsung dari bimbel Delta. Data tersebut dapat diperoleh dengan menggunakan beberapa metode yaitu wawancara, kuesioner dan observasi. Data hasil wawancara penulis peroleh dari kegiatan wawancara yang diajukan kepada Pimpinan Bimbel Delta, staf pengajar dan staf administrasi. Data hasil kuesioner, penulis peroleh dari responden yakni dari siswa Delta. Sedangkan data hasil observasi, berasal dari observasi yang penulis lakukan sejak diterima menjadi salah satu staf pengajar di Delta, yakni tahun 2010.

### 2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (Yusi dan Idris, 2010:7). Adapun data sekunder yang penulis peroleh meliputi data mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, data jumlah siswa, data staf pengajar dan staf administrasi, serta sumber-sumber pustaka lainnya yang berhubungan dengan bidang yang akan ditulis.

#### **1.5.2 Metode Pengumpulan Data**

Pada penulisan laporan akhir ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, metode-metode tersebut diantaranya:

##### 1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Riset lapangan ini dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara melakukan penelitian langsung pada perusahaan. Dalam hal ini penulis melakukan metode riset lapangan sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara yaitu sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Arikunto, 2010:198).

Kegiatan wawancara penulis lakukan dengan Pimpinan Delta, Staf pengajar dan staf administrasi. Teknik ini dilakukan oleh penulis guna mendapatkan data primer berupa informasi mengenai program bimbel MIPA dan bahasa Inggris yang telah diselenggarakan, bahkan rencana strategi pemasaran program bimbel MIPA dan bahasa Inggris melalui pengajuan pertanyaan berpola yang dapat menggali informasi tersebut.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2010:194).

Pada penulisan ini, penulis membagikan kuesioner kepada responden yang merupakan staf pengajar dan staf administrasi serta murid Bimbel Delta Sekip Ujung Palembang.

c. Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti (Usman dan Akbar, 2011:52).

Kegiatan observasi telah penulis lakukan sejak awal diterima menjadi salah satu staf pengajar di bimbingan belajar Delta, yakni Agustus 2010.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Riset Kepustakaan merupakan kegiatan mengumpulkan data sekunder atau data-data yang diperoleh dari data yang telah dibukukan, baik berupa laporan-laporan maupun penelitian terdahulu (Afrillita, 2013:64).

Kegiatan ini penulis lakukan guna mengumpulkan teori yang relevan dengan penulisan ini, serta informasi-informasi atau keterangan tertulis lainnya yang dapat membantu dalam penyelesaian penulisan ini. Teori

yang digunakan penulis adalah teori mengenai manajemen pemasaran dan analisis SWOT.

### **1.5.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel**

#### **1.5.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80).

Populasi dalam penulisan ini adalah staf pengajar dan administrasi sejumlah 20 orang dan para murid di bimbingan belajar Delta Sekip Ujung Palembang sejumlah 22 orang.

#### **1.5.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu (Yusi dan Idris, 2009:60).

Sampel pada penulisan ini meliputi Pimpinan yang juga merupakan Pemilik bimbel Delta Palembang, Ibu Dewi Kurnia, staf pengajar, seorang staf administrasi sejumlah sembilan orang, serta murid bimbel Delta sejumlah sembilan siswa.

#### **1.5.3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam penelitian ini ada dua sampel yang digunakan yaitu sampel internal dan sampel eksternal. Sampel internal yaitu staf pengajar dan staf administrasi yang bekerja di bimbingan belajar Delta, sedangkan sampel eksternal yaitu para murid yang belajar di Delta Sekip Ujung Palembang. Pengambilan data dilakukan dengan membagikan kuesioner yang akan diisi oleh sampel yang telah ditetapkan sebelumnya, untuk dapat dianalisis. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sampel nonprobabilita dengan teknik *Purposive Sampling*. Teknik ini dilakukan untuk menentukan sampel eksternal dari murid Delta. *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan



sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Yusi dan Idris, 2009:68).

Pertimbangan tersebut diambil berdasarkan tujuan penelitian. Oleh sebab itu, penulis mengambil sampel siswa Delta yang dimulai dari kelas IV SD hingga kelas IX SMP. Hal ini dikarenakan pengajuan pertanyaan pada kuesioner akan lebih mudah dimengerti oleh siswa kelas IV SD hingga kelas IX SMP. Dalam membagikan kuesioner, penulis juga akan mendampingi para siswa dan memandu pengisian kuesioner tersebut, serta memberikan penjelasan mengenai informasi yang kurang dipahami oleh responden. Kuesioner juga dibagikan kepada staf pengajar Delta sejumlah sembilan orang.

#### **1.5.4 Analisa Data**

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif, yakni karakteristik objek penelitian dijelaskan dalam bentuk angka yang kemudian ditafsirkan ke dalam kualitatif. Dalam penelitian ini analisis SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis data kuantitatif yang berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi bimbingan belajar Delta Palembang. Dengan diketahuinya nilai indeks dari faktor internal dan faktor eksternal tersebut, maka penulis dapat memposisikan faktor tersebut kedalam diagram kartesius. Posisi garis pada diagram kartesius dapat mencerminkan jenis strategi yang dapat dilakukan oleh Bimbel Delta. Setelah diketahui jenis strategi yang cocok, maka penulis akan memformulasikan strategi tersebut dalam matrik TOWS.

#### **1.5.5 Skala Pengukuran**

Dalam penelitian ini, skala penelitian yang penulis gunakan yaitu *rating scale*, yaitu data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif (Sugiyono, 2011:98). Yang penting bagi penyusun instrumen dengan *rating scale* adalah harus dapat mengartikan setiap angka yang diberikan pada alternatif jawaban pada setiap item

instrumen. Orang tertentu memilih jawaban angka 3, tetapi angka 3 itu belum tentu sama maknanya dengan orang lain yang juga memilih jawaban angka 1.

Tabel 1.1

Skor Nilai Berdasarkan *Rating Scale*

No.	Keterangan	Interval Jawaban	Bobot
1	Sangat Setuju (SS)	4	4
2	Setuju (S)	3	3
3	Kurang Setuju (KS)	2	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1

Sumber: Ratna Tiara (2012, 7)

### 1.5.6 Metode Pembahasan

Metode pembahasan yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*) dan kemudian variabel-variabel tersebut dimasukkan ke dalam matriks TOWS (Ratna Tiara, 2012:7).

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan suatu pola dalam menyusun laporan akhir untuk memperoleh gambaran secara garis besar di setiap babnya. Penelitian ini disusun atas lima bab dengan rincian sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, akan dikemukakan bagian-bagian yang dapat memberikan cerminan awal dari laporan akhir itu sendiri, adapun sistematika penulisannya meliputi:

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan
- 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian
  - 1.4.1 Tujuan

#### 1.4.2 Manfaat

### 1.5 Metodologi Penelitian

#### 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

#### 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

#### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

#### 1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

##### 1.5.4.1 Populasi

##### 1.5.4.2 Sampel

##### 1.5.4.3 Teknik Penarikan Sampel

#### 1.5.5 Analisa Data

#### 1.5.6 Skala Pengukuran

#### 1.5.7 Metode Pembahasan

### 1.6 Sistematika Penulisan

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, penulis akan mengemukakan pendapat serta teori-teori para ahli yang dapat mendukung proses penulisan laporan akhir ini. Teori-teori tersebut adalah sebagai berikut:

### 2.1 Definisi Strategi Pemasaran

### 2.2 Definisi SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats*)

#### 2.2.1 *Strengths* (Kekuatan)

#### 2.2.2 *Weaknesses* (Kelemahan)

#### 2.2.3 *Opportunities* (Peluang)

#### 2.2.4 *Threats* (Ancaman)

#### 2.2.5 Identifikasi Situasi Internal dan Eksternal

##### 2.2.5.1 Identifikasi Situasi Internal

##### 2.2.5.2 Identifikasi Situasi Eksternal (Identifikasi Lingkungan)

### 2.3 Analisis IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Analysis Summary*)

#### 2.3.1 *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS)

#### 2.3.2 *Eksternal Strategic Analysis Summary* (EFAS)

#### 2.3.3 Analisis SWOT

#### 2.3.4 Matrik TOWS

### BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis akan mengemukakan dan menyajikan data-data yang diperoleh dari Bimbingan Belajar Delta Sekip Ujung Palembang yang merupakan objek penulisan yaitu:

- 1.1 Sejarah Singkat Perusahaan
- 1.2 Visi dan Misi Perusahaan
- 1.3 Struktur Organisasi Perusahaan dan Pembagian Tugas
- 1.4 Aktivitas Bimbingan Belajar Delta Sekip Ujung Palembang
- 1.5 Program Bimbingan Belajar MIPA dan bahasa Inggris
- 1.6 Gambaran Umum Situasi Internal dan Eksternal Perusahaan
- 1.7 Profil Responden
- 1.8 Rekapitulasi Hasil Kuesioner

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, akan dijelaskan mengenai pembahasan dan analisis data yang diperoleh dengan membandingkan antara data dengan teori dan membahas permasalahan yang ada. Pembahasan yang akan dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

- 4.1 Analisis IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Analysis Summary*)
- 4.2 Identifikasi Situasi Internal dan Eksternal

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini, penulis akan menarik kesimpulan dari pembahasan sebelumnya, serta memberikan saran-saran yang diharapkan bisa membantu permasalahan yang dihadapi oleh Bimbel Delta Palembang. Adapun sub-sub dari bab ini adalah sebagai berikut:

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran

### DAFTAR PUSTAKA