

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seperjalanan bertumbuhnya masa konsumen menjadi prioritas dalam konsep pemasaran. Konsumen merupakan tokoh utama dibaliknya kesuksesan sebuah bisnis. Jika tidak terdapat konsumen, maka tidak adanya hubungan antara penjual dan pembeli. Setiap konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda pula, bahkan tidak memiliki kesamaan dalam selera masing-masing. Hal ini dapat diperhatikan bahwa banyak perusahaan bersaing dalam berbagai bidang dalam produk maupun jasa yang bertebaran dan memiliki beragam kualitas dan inovasi dalam setiap bidangnya. Dengan seperti itu konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk maupun jasa. Tentunya konsumen akan selalu mengharapkan pelayanan terbaik untuk dalam memenuhi kebutuhan setiap konsumen.

Pendidikan merupakan aspek penting bagi setiap individu. Maka dari itu semua orang tua akan sangat menginginkan anaknya dapat menerima pengetahuan yang terbaik. Untuk memberi anak asupan pengetahuan yang lebih baik, setiap orangtua berupaya memberikan anaknya agar dapat memperoleh pendidikan yang berkualitas. Saat ini banyak sekali asumsi-asumsi orang jika menginginkan anaknya mendapat pendidikan yang jauh lebih baik dan berkualitas maka yang ia peroleh juga harus diperhatikan pula citra lembaga pendidikannya.

Lembaga pendidikan di Indonesia semakin dibutuhkan seiring dengan pertumbuhan populasi. Dari periode ke periode kuantitas konsumsi pendidikan di Indonesia semakin banyak pula. Dari PG, TK, SD, SMP, SMA/K hingga Kuliah

dan bahkan tempat bimbingan belajar. Perubahan pola belajar di Indonesia semakin lama semakin tinggi tingkatnya. Di bidang pendidikan di Indonesia sekarang menjadi alternatif untuk meraih keuntungan dalam berbisnis. Lembaga non formal seperti tempat bimbingan belajar menjadi pertimbangan minat selanjutnya setelah yang pertama yaitu sekolah. Dalam keseluruhan sistem pendidikan, tujuan pendidikan adalah salah satu menjadi komponen-komponen penting.

Disini anak-anak perlu diperhatikan pendidikannya. Daya tanggap setiap anak tidaklah sama dalam menyerap materi-materi yang telah diberikan oleh gurunya. Jika daya tangkap anak termasuk dalam golongan rendah, ini akan sangat mempengaruhi perolehan pengetahuannya. Padahal, dalam pemerolehan pengetahuan sangatlah penting untuk meneruskan jenjang-jenjang yang semakin lama semakin sulit pada tingkatnya. Masalah daya tangkap ini terdapat dua faktor, yang pertama faktor internal, yaitu dengan asupan makanan yang kurang terpenuhi sehingga dapat memengaruhi konsentrasi anak tersebut. Yang kedua faktor eksternal dimana yang memengaruhi daya tangkap anak dari kurangnya pemahaman dari guru dalam menjelaskan materi, selain itu dapat juga ditimbulkan dari kelas yang terlalu berisik dapat mengganggu konsentrasi anak.

Dapat dilihat bahwa semakin lama semakin banyak pula perubahan-perubahan struktur belajar di dalam dunia sekolah. Dapat dilihat bahwa pelajaran yang didapat disekolah tidak cukup memumpuni prestasi yang diharapkan setiap orang tua. Selain belajar disekolah, anak perlu mengulang kembali pemahaman materi kembali di luar jam sekolah. Dengan demikian banyak orangtua yang

kadang sangat sulit untuk membantu kembali mendampingi anaknya belajar dirumah. Maka dari itu banyak sekali orang tua menjadikan tempat bimbingan belajar menjadi pilihan yang tepat untuk anak-anak mereka. Tempat bimbingan belajar sangatlah membantu anak-anak dalam mengembangkan lagi materi yang telah diberikan dari pihak sekolah.

Keberadaan lembaga bimbingan belajar ini mendapat tempat tersendiri dikalangan masyarakat dari orangtua yang memiliki anak. Orangtua berharap dengan memberikan bimbingan belajar kepada anak mereka dapat meningkatkan prestasi akademis anaknya. Kondisi seperti ini secara tidak langsung dapat menimbulkan persaingan diantara lembaga-lembaga pendidikan sejenis.

Terdapat dua jenis bimbingan belajar yang dapat dipilih dalam pemenuhan kebutuhan dalam perkembangan potensi belajar, yaitu lembaga bimbingan belajar dan lembaga privat. Pada bimbingan belajar metode pembelajarannya klasika, dengan waktu yang sudah ditentukan, dan dengan beberapa jumlah murid yang dibatasi. Sementara dalam lembaga privat metode pembelajaran yang digunakan adalah pengajar yang mendatangi ketempat murid. Jumlah murid privat biasanya mencakup dalam 1-3 murid saja.

Di kalangan persaingan usaha dimana hari demi hari menjadi lebih menegat sehingga pada akhirnya tiap-tiap industri mengutamakan dalam penempatan tujuan utama terhadap kepuasan konsumen melalui cara yaitu memberi suatu nilai dan kepuasan konsumen dengan melewati presentasi produk atau jasa berkualitas dengan harga bersaing. Kepedulian pada kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen lebih meningkat besar. Hari demi hari semakin ramai

pihak memberi kepedulian terhadap perkara ini, dan pihak yang sangat berkaitan pada kepuasan dan ketidakpuasan konsumen yaitu produsen dan peneliti perilaku konsumen. Kepuasan konsumen menjadikan salah satu tolak ukur kemajuan dan kemunduran setiap perusahaan. Kepuasan konsumen ini yang menyangkut apa yang dituangkan oleh konsumen mengenai persepsi dan harapan konsumen itu sendiri terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri. Kepuasan dapat dikatakan tercapai apa yang diinginkan oleh konsumen dapat terpenuhi dan melebihi ekspektasi konsumen itu sendiri sesuai dengan kebutuhan termasuk keinginan konsumen. Sebaliknya, jika apa yang diekspektasikan oleh konsumen tidak terpenuhi dan juga tidak sesuai dengan kebutuhannya maka kepuasan konsumenpun tidak dapat tercapai. Jika konsumen tidak merasa puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi pasti akan mencari perusahaan lain yang dapat menyediakan sesuai dengan kebutuhannya.

Setiap lembaga pendidikan harus mempunyai standar fasilitas yang memupuni. Tidak hanya sekolah saja yang mempunyai fasilitas, melainkan bimbingan belajarpun juga harus mempunyai fasilitas yang memupuni untuk menunjang belajar. Walaupun fasilitas yang dimiliki oleh lembaga bimbingan belajar tidak selengkap seperti sekolah, mereka juga harus memperhatikan fasilitas yang mereka punya. Karena tanpa adanya fasilitas yang memupuni, akan membuat murid didik merasa tidak puas. Dan juga bila fasilitas yang ditunjang oleh murid didik tidak layak, akan membuat jenuh juga pada murid, dan akan membuat mereka tidak semangat. Fasilitas adalah segala sesuatu dimana fungsinya untuk dapat mendukung atau menyelaraskan kenyamanan konsumen

yang telah disediakan/disiapkan oleh penjual jasa/instansi yaitu berupa peralatan fisik (Setyawati, Rifa'i, & Sasmito, 2018:53). Maka fasilitas juga disebut faktor penting dalam menunjang pembelajaran berlangsung maupun tidak langsung. Terdapat beberapa keluhan mengenai bahwa kurangnya pemerhatian terhadap fasilitas berupa kurangnya dukungan buku materi diluar buku sekolah masing-masingnya, dan juga ada pula beberapa kelas dimana ruang kelas yang sedikit sempit, juga ada beberapa kelas yang tidak begitu terang bahkan ada kelas yang terlalu terang.

Selain menyangkut fasilitas juga terdapat faktor penting yang harus diperhatikan yaitu *brand image*. Keberhasilan jasa dalam dunia lembaga pendidikan khususnya dalam bimbingan belajar ditentukan dari pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen yang menggunakan jasa pendidikan pastinya mempunyai tujuan untuk hidup dan berkembang. Cara yang baik untuk meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru adalah dengan membangun *brand image* yang bagus dimata konsumen. Bimbingan belajar Noble selalu mengusahakan untuk tetap memberikan pelayanan yang layak dengan memberikan fasilitas yang baik. Maka dari itu bahwa dengan mendirikan *brand image* itu sangatlah penting. Citra merek merupakan kumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen (Sari, 2016:1115).

Kepuasan konsumen ialah tahapan dari pemasaran dan mempunyai peran penting di dalam pasar (Sari, 2016:1115). Perusahaan selalu memberikan kualitas perusahaan tersebut untuk memberi nilai plus pada kepuasan keinginan konsumen dan kebutuhan konsumen itu sendiri. Di tempat bimbingan belajar ini terkadang

konsumen tidak melakukan pembelian ulang karena konsumen tidak terus menerus merasakan senang dalam pembelian.

Jika suatu merek sudah memberikan kepuasan yang sesuai dengan harapan konsumen, biasanya konsumen akan dengan sendirinya melakukan *words of mouth* yang baik terhadap orang yang berhubungan dengan merek yang sudah ia gunakan terlebih dahulu sebelumnya. Tak luput juga dari banyaknya perusahaan dengan senangnya memberikan kepuasan pada produk atau jasa (merek) yang dimiliki untuk memberikan keuntungan pada perusahaan itu sendiri. Di Noble sendiri terdapat konsumen yang menyatakan bahwa tempat bimbingan belajar ini tidak begitu terkenal sehingga terkadang konsumen meragukan kualitasnya.

PT Inti Pendidikan Sejahtera ini merupakan salah satu tempat bimbel di Batam Centre yang diberi nama besar Noble, tempat bimbingan belajar ini memiliki lokasi yang cukup dekat dengan Sekolah Yos Sudarso, yang beridiri pada tanggal 9 Febuari tahun 2003. Noble ini menyediakan beberapa bidang jasa. Tempat bimbingan belajar ini sudah berdiri belasan tahun. Noble sendiri sudah beberapa kali melakukan renovasi gedung hingga mengupgrade kualitas mereka.

Tabel 1.1 Jumlah Murid 2017/2019

Tahun	Jumlah Murid
2017	316
2018	269
2019	258

Sumber: Data Pembelian Jasa Noble

Dengan Tempat bimbel perlu memberikan *brand image* yang baik dengan harapan mendapatkan kualitas yang tinggi oleh konsumen, bagi konsumen harga termasuk sering dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh. Selain *brand image*, fasilitas juga sangat perlu diperhatikan dalam memberikan harapan yang tinggi juga pada konsumen.

Berdasarkan observasi peneliti memperoleh informasi bahwa konsumen merasa kualitas jasa yang diberikan atau yang ditawarkan masih biasa-biasa saja. Noble selalu berusaha mengutamakan fasilitas dan pelayanan yang baik pada konsumennya. Akan tetapi masih ada konsumen merasakan bahwa *brand image* yang ditawarkan kadang tidak sesuai dengan penerimaan fasilitas yang diberikan. Sebagian konsumen merasa *brand image* yang terkadang tidak sama dengan ekspektasi. Beberapa fasilitas yang diberikan oleh Noble sendiri juga masih ada beberapa mengeluhkannya. Fasilitas didalam maupun diluar, contohnya kelas yang terkadang sangat menyuntukkan, ada juga beberapa yang mengeluhkan lahan parkir yang belum memupuni, sehingga pada saat pulang terkadang ada sedikit kemacetan, dan terkadang orangtua juga kebingungan dalam memakir kendaraan karena kurangnya lahan parkir.

Berasaskan penjelasan yang telah dijelaskan, maka peneliti mempunyai ketetarikan sendiri dalam mengkaji penelitian ini secara lebih dalam lagi mengenai fasilitas, *brand image* dan kepuasan konsumen. Penyusun hendak menelaah perkara tersebut dengan melalui penelitian dengan judul “Pengaruh Fasilitas dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, terdapat beberapa identifikasi masalah, yaitu:

1. Penerangan cahaya yang redup di dalam kelas
2. Objek penelitian kurang dikenal masyarakat.
3. Pelayanan yang diterima oleh murid tidak maksimal.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah teridentifikasi bahwa batasan masalah dalam penilian ini adalah Fasilitas(X_1), *Brand Image*(X_2) dan Kepuasan Konsumen(Y). Keterbatasan masalah dalam penelitian baik segi waktu dan pemikiran maka penelitian ini hanya terfokus pada murid di tempat bimbingan belajar Noble pada PT Inti Pendidikan Sejahtera.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada PT. Inti Pendidikan Sejahtera?
2. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen pada PT. Inti Pendidikan Sejahtera?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas dan *brand image* secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada PT. Inti Pendidikan Sejahtera?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada PT. Inti Pendidikan Sejahtera.
2. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen pada PT. Inti Pendidikan Sejahtera.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan *brand image* secara bersama-sama terhadap kepuasan pada PT. Inti Pendidikan Sejahtera.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Teoritis

1. Bagi penulis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan atau wawasan serta dapat dijadikan bahan pelajaran dalam perkuliahan dan juga diharapkan mampu diaplikasikan di dunia kerja.

Menjadi syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) jurusan Manajemen pada fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.

2. Pembaca

Memberikan informasi mengenai pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran dengan memberi masukan atau tambahan terhadap masalah yang dihadapi perusahaan.

1.6.2. Praktis

1. Bagi perusahaan

Nilai akhir ini diharapkan bisa sebagai bahan pertimbangan atau bahan masukan untuk perusahaan untuk meningkatkan fasilitas dengan strategi jangka panjang.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Nilai akhir observasi ini diharapkan dapat digunakan menjadi tambahan literatur dan sumbangan wawasan atau ilmu pengetahuan untuk manajemen, khususnya manajemen pemasaran.