

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Sony Sugema College (SSC), sebagai sebuah bimbingan belajar lahir di Kota Kembang Bandung tahun 1990 dan sudah mengantarkan ribuan siswa ke PTN (Perguruan Tinggi Negeri) favorit. Sejak berdirinya sampai sekarang SSC telah hadir di kota-kota seluruh Indonesia. Dengan bertambahnya usia, sudah saatnya SSC memerlukan suatu perubahan yang baru melalui *New Corporate Identity* yang akan mempersatukan visi dan misi yang bersifat global. Beberapa perubahan dan inovasi terus digulirkan untuk memperbaiki visi dan misi kedepan yang sesuai dan tentunya kearah yang lebih baik. Setelah melalui beberapa tahapan proses, SSC pada akhirnya menemukan suatu visi yang baru yaitu "*future education, today*", sekaligus perubahan logo yang lebih dinamis, suatu visi yang jelas ke masa yang akan datang.

Visi tersebut harus jelas dijabarkan dengan tindakan yang bersifat fundamental dan mengakar, oleh karena itu SSC selalu melakukan hal-hal yang bersifat dasar terutama dalam hal materi pembelajaran kepada siswa-siswi SSC yaitu dengan kuda-kuda yang kuat. Semua kami lakukan dengan cara yang terindah yaitu "*The Finest Thing*" yang terindah bukan berarti "*The Best*". *The best* selalu ingin mengalahkan orang lain, sementara "*The Finest*" adalah mengalahkan diri sendiri. Semoga dengan lahirnya "*Corporate Identity*" yang baru SSC akan menjadi Bimbingan Belajar yang diharapkan oleh semua komponen baik pihak intern maupun eksetrn. Adapun Visi dan Misi untuk menunjang kinerja yang menjadi tujuan serta patokan para stakeholder dan shareholder dari Bimbingan Belajar Tridaya yakni sebagai berikut:

#### 1.1.2 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan

Sony Sugema College (SSC) memiliki visi, misi, nilai dan hal yang menjadi pedoman mencapai tujuan, yaitu sebagai berikut:

##### A. Visi

Menjadi Lembaga Bimbingan Belajar Utama dan Terdepan dengan tingkat Prestasi dan Kelulusan siswa terbaik di Indonesia.

##### B. Misi

- 1) Membentuk siswa/siswi berkarakter Mental Juara yaitu komitmen, tekun, disiplin dan pantang menyerah untuk menjadi yang terbaik dalam pencapaian cita-citanya.
- 2) Meluluskan siswa/siswi ke sekolah atau Perguruan Tinggi Negeri yang dicita-citakannya.

- 3) Mengembangkan Lembaga yang mampu menjadi harapan, Cita-cita, dan Mitra pendidikan bagi masyarakat .

### C. Nilai

Nilai-nilai yang terdapat di Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) yaitu sebagai berikut:

- 1) Totalitas

Melayani konsumen dengan sepenuh hati sehingga tercapai kepuasan yang tinggi dari siswa dan orang tua.

- 2) Peduli

Memperhatikan kemajuan dan menumbuhkan kesadaran siswa dalam belajar ss secara kontinuitas.

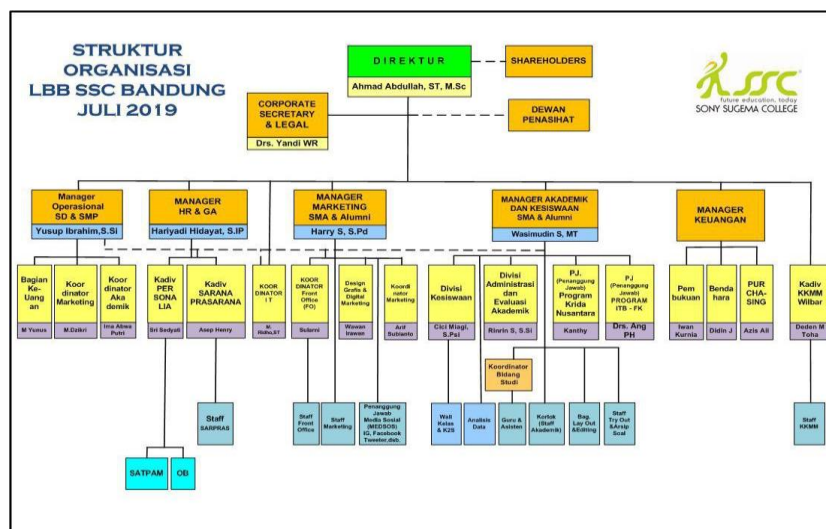
- 3) Integritas

Bersikap jujur dan konsisten dalam semua tindakan.

- 4) Kerjasama dan Saling Menghargai

Bekerja dengan sinergis, gigih dan pantang menyerah dala menghadapi tantangan, serta saling terbuka dan menghargai dalam menyampaikan pendapat dan bersikap.

### 1.1.3 Stuktur Organisasi Perusahaan



Gambar 1.1 Stuktur Organisasi Perusahaan

Sumber : Data Perusahaan, 2020.

#### 1.1.4 Filosofi Logo



**Gambar 1.2 Logo LBB Sony Sugema College**

*Sumber : [www.Sonysugemacollege.com](http://www.Sonysugemacollege.com)*

Logo dari perusahaan Sony Sugema College (SSC) Desain Logo terbaru SSC visualisasi dari Brand Theme SSC “Future Education, Today”. Logo ini merupakan representasi dari Optimisme, Dinamisme dan bagaimana SSC melihat pendidikan dimasa yang akan datang. Sony Sugema College berkomitmen untuk menjadi mitra terbaik siswa dengan memberikan sistem belajar informal terbaik yang dipadukan dengan teknologi untuk masa depan siswa yang lebih baik. Bentuk logotype menyerupai daun yang mengindikasikan sesuatu yang bersifat natural, menyatakan SSC harus dibangun dan dikembangkan atas niat baik dan untuk kebaikan. Kebaikan yang didalamnya terdapat nilai-nilai kebersihan, kejernihan, dan kemurnian.

Bentuk logo yang bergerak ke arah kanan mengindikasikan bahwa SSC akan terus berkembang dan bergerak secara berani, bijaksana, dan dinamis ke arah yang lebih baik. Sebuah arah yang tercermin dalam Tindakan-Tindakan Kebaikan yang Terencana di Lembaga Bimbingan Belajar SSC.

Warna logo yang berwarna hijau-kekuningan mengindikasikan bahwa SSC akan mengedepankan inovasi dalam metode pembelajaran yang bersifat baru (fresh) dan terdepan untuk mewujudkan masa depan yang lebih cerah. Sebuah metode pembelajaran smart paripurna yang menyentuh semua aspek manusia dalam belajar, yaitu aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek psikomotorik.

### 1.1.5 Produk dan Layanan Perusahaan

Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College merupakan bimbel yang berada di beberapa kota besar seperti Jakarta, Bandung, Tasikmalaya, Cirebon dan Yogyakarta. Banyak produk yang disediakan oleh Sony Sugema College untuk memenuhi kebutuhan siswa dalam program belajarnya. Berikut adalah program yang disediakan oleh bimbel Sony Sugema College:

**Tabel 1.1**

**Program Belajar Yang Disediakan Lembaga Bimbel Sony Sugema College Unit SD & SMP**

No.	Program	Jumlah Siswa/ kelas	Jumlah Pertemuan	Biaya
1.	Eksklusif	5-7 Siswa	4x perminggu	Rp. 7.000.000
2.	Private	8-12 Siswa	4x perminggu	Rp. 6.250.000
3.	Reguler	13-15 Siswa	4x perminggu	Rp. 4.750.000
4.	Weekend	8-12 Siswa	3x perminggu	Rp. 5.000.000
5.	Intensif US SD	8-12 Siswa	Setiap hari	Rp. 1.500.000
6.	Intensif UNBK SMP	8-12 Siswa	Setiap hari	Rp. 1.750.000

*Sumber : Data Internal perusahaan, 2020*

**Tabel 1.2**

**Program Belajar Yang Disediakan Lembaga Bimbel Sony Sugema College Unit SMA dan Alumni**

No.	Program	Jumlah Siswa/ kelas	Jumlah Pertemuan	Biaya
1.	ITB dan Kedokteran (X & XI)	10 Siswa	6 KBM perminggu	Rp. 21.500.000
2.	Smart (X & XI)	20 Siswa	4 KBM perminggu	Rp. 8.250.000
3.	4 semester (X & XI)	20 Siswa	4 KBM perminggu	Rp. 14.000.000

4.	ITB dan Kedokteran (XII)	10 Siswa	6 KBM perminggu	Rp. 29.000.000
5.	Prima (XII)	15 Siswa	6 KBM perminggu	Rp. 17.750.000
6.	Smart & weekend (XII)	20 Siswa	4 KBM perminggu	Rp. 1.750.000
7.	ITB dan Kedokteran (Alumni)	10 Siswa	12KBM perminggu	Rp. 35.000.000
8.	Prima (Alumni)	15 siswa	8 KBM perminggu	Rp. 20.750.000
9.	Smart (Alumni)	20 siswa	6 KBM perminggu	Rp. 13.000.000
10.	Intensif UTBK	10-20 siswa	6 KBM perminggu	Rp. 22.000.000
11.	Liburan	15 siswa	6 KBM perminggu	Rp. 2.700.000

Sumber : Data Internal perusahaan, 2020

## 1.2 Latar Belakang

Pendidikan adalah suatu proses pembelajaran kepada peserta didik agar memiliki pemahaman terhadap sesuatu dan membuatnya menjadi seorang manusia yang kritis dalam berpikir. 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 dibutuhkan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara ([websitependidikan.com](http://websitependidikan.com), 2016). Jalur pendidikan nasional dapat dikategorikan sebagai berikut:

### 1. Pendidikan Formal

Pendidikan formal adalah pendidikan yang dilakukan melalui jalur pendidikan di sekolah-sekolah. jalur ini memiliki jenjang pendidikan yang runtut dan jelas. Pendidikan formal, dimulai dari pendidikan dasar, menengah, hingga ke pendidikan tinggi.

### 2. Pendidikan Non Formal

Pendidikan non formal adalah suatu jalur pendidikan yang dilakukan di luar pendidikan formal. Pendidikan ini bisa dilakukan secara terstruktur dan berjenjang. Pendidikan non formal, umumnya dilakukan bagi mereka yang merasa membutuhkan pendidikan lain sebagai penambah, pengganti, atau pelengkap dari pendidikan formal yang diikuti. Fungsi dari pendidikan non formal itu sendiri adalah untuk mengembangkan potensi dari peserta didik dengan cara menekankan penguasaan atas pengetahuan serta pengembangan dari masing-masing peserta didik.

### 3. Pendidikan Informal

Pendidikan informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan. Pendidikan informal dilakukan oleh keluarga dan lingkungan yang berbentuk kegiatan belajar secara mandiri. Pendidikan yang akan dilakukan oleh keluarga adalah salah satu dasar yang akan membentuk watak, kebiasaan, dan perilaku anak di masa depannya nanti. (Sumber: <http://websitependidikan.com/2016>)

Dari kategori jalur pendidikan nasional tersebut dapat kita ketahui bahwa pendidikan tidak hanya kita dapatkan di sekolah, tetapi juga dapat diselenggarakan di luar sekolah dalam bentuk pendidikan non formal yang biasanya dalam bentuk lembaga bimbingan belajar atau kursus. Lembaga bimbingan belajar merupakan salah satu jenis Lembaga Kursus dan Pelatihan atau biasa disingkat dengan LKP. Masyarakat yang membutuhkan disini merupakan para siswa SD, SMP maupun SMA. Perkembangan pendidikan yang terjadi di Indonesia membuat anak-anak Indonesia dituntut untuk tidak sekedar datang ke sekolah, namun terdapat standar yang harus dicapai oleh siswa siswi sekolah yang biasa disebut Kriteria Ketuntasan Minimum (KKM) yang berlaku pada Ujian Tengah Semester (UTS), Ujian Akhir Semester (UAS), Ujian Kenaikan Kelas (UKK), Ujian Nasional (UN) serta ujian seleksi masuk perguruan tinggi. Untuk memenuhi berbagai kriteria yang diberikan sekolah kepada siswa merupakan salah satu faktor pendukung orang tua siswa ingin mengikuti bimbingan belajar dengan harapan mendapatkan kemudahan dalam memahami materi. Fenomena perubahan pola pendidikan yang berganti semakin cepat membuat lembaga bimbingan belajar non formal harus siap dengan perubahan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia di bidang pendidikan.

Sehubungan dengan hal tersebut kini marak bermunculan lembaga-lembaga bimbingan belajar baik lembaga belajar yang sudah berdiri sejak lama maupun lembaga yang bermunculan baru untuk memenuhi kebutuhan siswa dalam bidang akademik. Berdasarkan data Sensus ekonomi oleh Badan Pusat Statistik tahun 2016, jumlah lembaga kursus dan pendidikan mencapai 617.947, dan 1.866 unitnya adalah lembaga bimbingan belajar yang menjadikan termasuk paling populer bersaing dengan lembaga kursus komputer. (sumber : <https://tirto.id/> diakses pada 15/02/19) Dengan demikian lembaga-lembaga bimbingan belajar harus menghasilkan nilai sesuai dengan yang diharapkan ataupun promosi yang jauh lebih baik di bandingkan dengan yang dilakukan oleh pesaing. Tujuan agar banyak konsumen yang memberikan keputusan untuk mengikuti kegiatan bimbingan belajar pada lembaga bimbingan belajar tersebut. Penulis mengamati perusahaan bimbingan belajar yang setara dengan Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College di kota Bandung, berikut daftar lembaga bimbingan belajar di kota Bandung adalah :

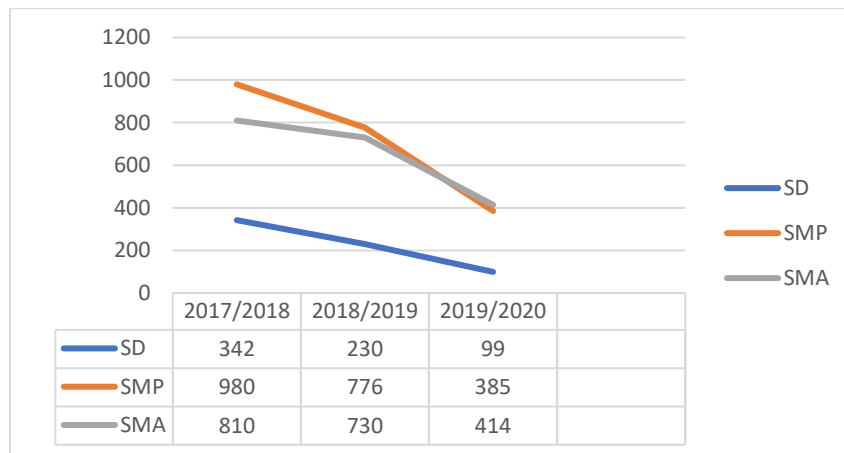
**Tabel 1.3**

**Daftar lembaga bimbingan belajar dikota Bandung.**

No.	Nama lembaga bimbingan belajar
1.	Sony Sugema College
2.	Ganesha Operation
3.	Tridaya
4.	Edu Lab
5.	Primagama
6.	Nurul Fikri

Sumber : [www.triaretno.com](http://www.triaretno.com), 2016

Tabel di atas membuktikan bahwa bisnis dibidang akademik ini cukup bersaing. Kemunculan berbagai macam lembaga bimbingan belajar menjadi lembaga usaha diperlukan untuk mengelola bauran pemasaran yang digunakan untuk menetapkan target pasar. Salah satu caranya perusahaan perlu menggunakan konsep bauran pemasaran untuk mendapatkan keuntungan dalam bersaing.



**Gambar 1.3 Grafik Jumlah Siswa Lembaga Bimbingan Belajar SSC  
Tahun 2017-2020**

Sumber : Data Bimbel Sony Sugema College, 2020

Dari tabel 1.3 Grafik jumlah siswa/I Bimbel Sony Sugema College terjadi penurunan jumlah peserta didik terutama pada tiga tahun terakhir. Pada tahun ajaran 2017/2018, jumlah peserta didik tercatat sebanyak Siswa 2132 untuk bimbel SSC kota Bandung, pada tahun 2018/2019 tercatat 1736 siswa/I SSC kota Bandung, dan pada tahun ajaran 2019/2020 terdapat 898 siswa/I bimbel SSC. Selama tiga tahun terakhir, terjadi penurunan yang besar. Fenomena penurunan peserta didik di LBB “Sony Sugema College

(SSC)” ini tentunya merupakan akibat langsung dari pembuatan keputusan konsumen/pengguna jasa lembaga bimbingan belajar. Menurut Bapak M Dzikri Dzikrulloh,S.Psi Manager Marketing Sony Sugema College terjadinya penurunan siswa/I karena adanya pengaruh peraturan pemerintah yang menerapkan sistem zonasi untuk penerimaan siswa baru. Maka dari itu penulis ingin mengetahui apakah bauran pemasaran memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian pada lembaga bimbingan belajar Sony Sugema College.

### Program Bimbel di Bandung

No	Lembaga Bimbingan Belajar	Program	Harga	Jumlah siswa	Jumlah pertemuan
1.	Sony Sugema College	Ekklusif	Rp. 7.000.000,-	5-7 siswa	4x pertemuan / minggu
		Private	Rp. 6.250.000,-	8-12 siswa	4x pertemuan / minggu
		Reguler	Rp. 4.750.000,-	13-15 siswa	4x pertemuan / minggu
		Weekend	Rp. 5.000.000,-	8-12 siswa	3x pertemuan / minggu
2.	Ganesha Operation	Reguler	Rp. 3.250.000,-	Maksimal 30 siswa/kelas	4x pertemuan / minggu
		Executive silver	Rp. 4.600.000,-	Maksimal 15 siswa/kelas	4x pertemuan / minggu
		Executive gold	Rp. 8.000.000,-	Maksimal 10 siswa/kelas	4x pertemuan / minggu
3.	Tridaya	Paket khusus UN	Rp. 3.000.000,-	Maksimal 5 Siswa	2X pertemuan/minggu
		Fokus	Rp. 7.000.000,-	Maksimal 5 siswa	3X pertemuan/minggu
		Reguler	Rp. 5.000.000,-	Maksimal 5-7 siswa	3x pertemuan / minggu



*Sumber : Data yang diolah.*

Variabel harga, Menurut Kotler dan Armstrong (2018, 197), “ Price is the amount of money customers must pay to obtain the product.” Perusahaan harus memperhatikan harga yang akan dipasang karena besar atau



kecilnya harga yang dipasang akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa bimbingan belajar memberikan harga yang berbeda seperti bimbel Ganesh Operation memberikan harga paling rendah tetapi jumlah siswa per kelas cukup banyak. Sama hal nya dengan variabel produk dan harga, promosi juga mempunyai fungsi yang dapat mempengaruhi pemikiran konsumen dan hal yang akan bermanfaat bagi perusahaan. promosi digunakan oleh perusahaan dalam rangka memperkenalkan hingga mempertahankan eksistensi perusahaan kepada publik, yang diunggulkan dalam mempromosikan lembaga bimbingan belajar adalah berdasarkan kelebihan yang dimiliki. Berikut tabel perbandingan promosi yang dilakukan oleh lembaga bimbingan belajar Sony Sugema College (SSC) dan bimbel Tridaya.

**TABEL 1.5**  
**Perbandingan Promosi Bimbel SSC dan Bimbel Tridaya.**

No	Bimbel SSC	Bimbel Tridaya
1.	Media Promosi : website ( <a href="http://www.sonyugemacollege.com">www.sonyugemacollege.com</a> ) Facebook & Instagram : @Bimbelsscsdssmp Whatapps : 085862428099	Media Promosi : Website ( <a href="http://www.tridayagroup.com">www.tridayagroup.com</a> ) Twitter & Instagram : Tridayagroupofficial Whatapps : 081223337333 Youtube : Tridaya Online
2.	MGM (Member Get Member)	MGM (Member Get Member)
3.	Diskon potongan harga Rp. 1.250.000,- pada saat promosi penerimaan siswa baru. Sumber : Brosur bimbel SSC	Diskon potongan harga Rp. 1.000.000,- dalam rangka Anniversary Tridaya . Sumber : <a href="https://bimbeltridaya.com/promo/">https://bimbeltridaya.com/promo/</a>
4.	Event & experience (membuat try out bulanan dengan sekolah-sekolah)  <b>GAMBAR 1.4</b> Sumber : dokumentasi bimbel SSC	Event & experience (membuat try out bulanan dengan sekolah-sekolah)  <b>GAMBAR 1.5</b> Sumber : Instagram Tridaya

*Sumber : Data yang diolah*

Selanjutnya pada variabel Place merupakan Jangkauan tempat menjadi suatu yang harus dipertimbangkan secara matang, tempat-tempat yang strategis tentu memiliki peluang akses publik yang lebih baik, dalam usaha dibidang pendidikan ini tentunya Lembaga Bimbingan Belajar harus menempatkan tempat bimbel di dekat sekolah- sekolah. LBB Sony Sugema College (SSC) di kota Bandung memiliki 12 cabang (sumber: [www.sonysugemacollege.com](http://www.sonysugemacollege.com)) sedangkan untuk bimbel Tridaya memiliki 20 Cabang (sumber: Instagram Tridaya) dan Ganesha Operation yang memiliki 20 cabang. ( Sumber: Website Ganesha Operation). Dari data tersebut menunjukkan bahwa LBB Sony Sugema College memiliki cabang lebih sedikit dibandingkan dengan bimbel GO dan Tridaya.

Dilihat dari analisis People, People merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi bisnis yang membutuhkan sumber daya dengan performance tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan *knowledge* (pengetahuan) yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik di luar. Dari penelitian terdahulu pada jurnal yang berjudul Strategi Pemasaran Pada Lembaga Bimbingan Belajar Go Smart Banjarbaru oleh Muhammad Rizal Dan Siti Paujiah tahun 2018 menjelaskan bahwa para tenaga kerja yang ada di Go Smart Banjarbaru meliputi: Tentor, Staf keuangan akademik dan PSDM, kepala Cabang, Petugas Administrasi Cabang, OB dan sebagainya. proses pemilihan tentor yang dilakukan oleh Go Smart Banjarbaru adalah sebagai berikut Tes tertulis, Micro teaching yaitu penilaian mengajar di kelas oleh tentor senior, Wawancara, Observasi kelas yaitu melihat tentor senior mengajar di kelas, di coba di beri jam mengajar, Jika nilainya bagus diterima menjadi tentor tetap. Dari hasil wawancara penulis dengan staff LBB Sony Sugema College menjelaskan bahwa para tenaga kerja yang ada di LBB Sony Sugema College dengan proses pemilihan sebagai berikut dengan wawancara, kemudian Tes tertulis, Micro Teaching ( untuk tentor) jika nilainya bagus akan diterima menjadi staff LBB Sony Sugema College.

Pada variedabel Physical Evidence atau bukti fisik ini merupakan lingkungan tempat jasa disampaikan dan tempat penyedia jasa dengan konsumen berinteraksi beserta dengan semua komponen lainnya yang mendukung terwujudnya atau terkomunikasinya jasa. Berikut adalah bangunan fisik LBB Sony Sugema College Cabang Buah Batu.



**GAMBAR 1.6 Bimbel SSC cabang Buah Batu**

Sumber : Instagram Sony Sugema College

Dilihat dari Bangunan fisik bimbel Sony Sugema College yang dirancang untuk usaha ini terlihat seperti bangunan rumah, Dekorasi seperti spanduk prestasi yang diraih siswa bimbel Sony Sugema College di pasang dibagian depan, kemudian tempat parkir yang luas, terdapat kursi tunggu dibagian depan.



**GAMBAR 1.7 Kelas di Bimbel Sony Sugema College**

*Sumber : Dokumentasi Penulis*

Dilihat dari fasilitas kelas yang diberikan oleh lembaga bimbingan belajar SSC memberikan fasilitas yang cukup lengkap dimana tersedianya kursi, papan tulis, AC, Speaker untuk mendukung proses pembelajaran. LBB Sony Sugema College menawarkan fasilitas untuk siswa/i dengan pertemuan 4x perminggu, jumlah siswa/i 8-12 perkelas, mendapatkan Buku Kaji Latih, Try-out tiap Bulan, psikotest, wali Kelas, Asistensi, dan Belajar s.d UN 2020/ UKK 2020. Dengan materi yang diajarkan Matematika, Bahasa Indonesia, IPA dan IPS, Bahasa Inggris, Biologi dan Fisika. (Sumber :[www.Sonysugemacollege.com](http://www.Sonysugemacollege.com)). Sedangkan fasilitas yang diberikan pesaing Bimbel Sony Sugema College yaitu Bimbel Tridaya. Berikut Bangunan Fisik Bimbel Tridaya Cabang Buah Batu.



**GAMBAR 1.8 Bimbel Tridaya Cabang Buah Batu**

*Sumber : Instagram Tridaya*

Bangunan fisik yang dirancang untuk bimbingan belajar ini menarik, dilihat dari model bangunan yang dirancang, kemudian terdapat tempat parkir, tentang dekorasi seperti penempelan spanduk otomatis dibuat yang menarik dengan memperhatikan warna cat tempok biru yang sudah khas dengan bimbel Tridaya. Fasilitas kelas bimbel Tridaya cukup lengkap dengan memberikan papan tulis, AC, jam dinding, dan kursi untuk pendukung kegiatan belajar Agar para siswa nyaman mengikuti pelajaran sehingga tidak ada yang bosan. Fasilitas lain yang diberikan adalah pertemuan dilakukan sebanyak 3x per minggu, modul JITU, Worksheet belajar, Psikotest, Konsultasi, Buku Penghubung dan lain lain. Dengan materi yang diberikan adalah Matematika, Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan IPA. ( Sumber : [www.Tridaya.com](http://www.Tridaya.com))

Selanjutnya variabel Proses, Layanan jasa ataupun kualitas produk sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Ditinjau dari proses belajar-mengajar pada bimbingan belajar Sony Sugema College ini cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari Siswa/I bimbingan belajar Sony Sugema College yang berhasil meraih nilai Ujian Nasional (UN) tertinggi disekolah dengan perolehan Bahasa Inggris 100, Bahasa Indonesia 98.0, Matematika 97.5, dan IPA dengan nilai 97.5, perolehan total nilai yang didapatkan 393 dengan rerata nilai 97.5.

**SSC** SONY SUGEMA COLLEGE  
 future education, today

Peraih Nilai UN Tertinggi di Sekolah

**Lana Aulia**  
 2019/2020

NO	IKO	BAHASA	IPA	TOTAL
100	98.0	97.5	97.5	393

**Super Intensif UNBK**

**Benefit :**

- Belajar tiap hari ✓
- Try out setiap minggu ✓
- Konsultasi Gratis ✓
- Buku Prediksi UNBK ✓
- Tambahan Sampai Malam ✓

**FREE TRIAL CLASS\***

Start Belajar: **23 Maret 2020**

Rp. 1.750.000,-  
 Pendaftaran : 250.000

Call Center : 0858 6242 8099

**GAMBAR 1.9**

Peraih Nilai UN tertinggi di Sekolah

Sumber : Instagram SSC

Sedangkan lembaga bimbingan belajar Tridaya sebagai kompetitor bimbel SSC jika ditinjau dalam proses pembelajaran bimbel Tridaya pun mampu mencetak salah satu siswi dengan nilai Ujian Nasional tertinggi se-Jawa Barat (Sumber : Instagram Tridaya)



**GAMBAR 1.10**

Peraih Nilai UN se-Jawa Barat.

*Sumber* : Instagram Tridaya.

Bauran pemasaran jasa pendidikan pada lembaga bimbingan belajar merupakan serangkaian alat pemasaran yang dilakukan untuk membentuk karakteristik program layanan jasa yang ditawarkan kepada konsumen.. Untuk menarik keputusan konsumen, perlu upaya yang dilakukan seperti perbaikan sistem bauran pemasaran yang lebih efektif. Pemasaran efektif dalam penerapannya bukan hanya bagaimana meningkatkan volume penjualan dalam 3 tahun terakhir, tetapi juga mengamati bagaimana tingkah laku konsumen serta memenuhi kebutuhan konsumen melalui usaha mengamati jenis dan harga produk yang diinginkan konsumen. Kotler (2016:166) mengemukakan proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahap yang dilakukan sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian.

Dalam upaya menjalankan lembaga bimbingan belajar untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan sering kali perusahaan dihadapkan dengan berbagai kendala, seperti kesulitan dalam meningkatkan volume penjualan, adanya persaingan yang ketat dari perusahaan sejenis, semakin kompleksnya perilaku konsumen terhadap suatu produk, serta selera konsumen cenderung berubah-ubah. Bauran Pemasaran sangat penting untuk diterapkan pada setiap perusahaan dalam operasi bisnis untuk dapat menyaingi perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk membahas dan implementasikan bauran pemasaran yang dilakukan oleh lembaga bimbingan belajar Sony Sugema College dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Bimbingan Belajar (Studi Pada Siswa Bimbingan Belajar Sony Sugema College Kota Bandung Tahun 2020) “**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana bauran pemasaran yang dilakukan oleh lembaga bimbingan belajar Sony Sugema College ?
2. Bagaimana keputusan siswa/I dalam memilih lembaga bimbingan belajar Sony Sugema College di kota Bandung ?
3. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan siswa dalam memilih bimbel Sony Sugema College di kota Bandung ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diajukan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Bauran pemasaran lembaga bimbingan belajar Sony Sugema College.
2. Untuk mengetahui keputusan siswa/I dalam memilih lembaga bimbingan belajar Sony Sugema College (SSC)
3. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan siswa/I dalam memilih lembaga bimbingan belajar Sony Sugema College yang da di kota Bandung.

### **1.5 kegunaan penelitian**

Kegunaan penelitian penulis yaitu sebagai berikut:

#### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

- a. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan tentang pentingnya pengaruh bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan referensi penelitian yang sejenis.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

- a. Bagi peneliti, dapat digunakan untuk menerapkan ilmu manajemen pemasaran yang diperoleh selama perkuliahan berlangsung dan untuk mempertajam ilmu serta wawasan pengetahuan mengenai ilmu manajemen pemasaran khususnya bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian konsumen.

- b. Bagi Telkom University, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah referensi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian konsumen.

## **1.6 Batasan Penelitian**

Dengan mempertimbangkan adanya keterbatasan yang dimiliki peneliti, maka penelitian ini dibatasi pada sejumlah isu sebagai berikut :

- a. Faktor variable independen yang akan diteliti adalah bauran pemasaran dari 7p yaitu product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi), people (orang), physical evidence (bukti fisik) dan process (proses jasa).  
(X1)
- b. Faktor variable dependen yang dipengaruhi adalah kepuasan pelanggan (Y).
- c. Objek penelitian adalah konsumen Sony Sugema College (SSC) unit SD & SMP.

## **1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir**

Sistematika Penulisan Tugas Akhir Sistematika dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan dalam penulisan dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian yang menjadi dasar dari topik penelitian dan metode yang digunakan dalam penelitian, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang dapat memperlihatkan permasalahan yang terjadi dalam penelitian, ruang lingkup penelitian serta manfaat penelitian yang diharapkan melalui penelitian ini.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang nantinya akan sangat membantu dalam analisis hasil-hasil penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang deskripsi variabel – variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis, dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian serta analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya. Pada bab ini berisi tentang penafsiran dari peneliti mengenai hasil akhir penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan dari peneliti yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada organisasi dari pihak lain.