

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Matrix Tutoring adalah lembaga les privat *offline*, *online* dan privat ke rumah yang didirikan oleh alumni Universitas Indonesia yang telah berpengalaman lebih dari 8 tahun dalam layanan bimbel, les privat dan kerjasama homeschooling. Dengan tingginya kebutuhan dukungan akademik yang sifatnya personal dan customized di area Jabodetabek maka dengan merekrut para pengajar yang berkompeten dan profesional, Matrix siap memberikan layanan terbaik.

Seiring dengan berjalannya waktu, Matrix selalu mengalami pertumbuhan positif. Ribuan siswa hebat telah bergabung dan dibimbing oleh pengajar yang smart. Diiringi dengan layanan berkualitas, selalu berfokus pada peningkatan prestasi siswa, Matrix telah menjadi kepercayaan orang tua untuk mendampingi anak dalam belajar. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa bimbingan belajar, Matrix Tutoring hadir di tengah banyaknya mahasiswa yang kesulitan memahami mata kuliah dasar dan mendapatkan nilai yang kurang maksimal.

Matrix Tutoring memiliki area layanan les privat ke rumah yakni layanan *offline course* yang sama dengan bimbel konvensional lain yaitu proses belajar langsung dengan tatap muka dengan instruktur belajar mencakup wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Tangerang Selatan, Bekasi, Bintaro, BSD dan sekitarnya. Dan Matrix Tutoring memiliki area layanan les privat *online* mencakup wilayah Bandung, Surabaya, Malang, Semarang, Jogja, Solo, Bali, Padang, Medan, Pekanbaru, Makassar, Manado dan berbagai kota di Indonesia.

1.1.2 Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi Matrix Tutoring, yaitu sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi lembaga bimbingan belajar privat terpercaya, terbaik dan terdependi Indonesia

b. Misi

1. Menyediakan program dan layanan yang berkualitas.

2. Merekrut, melatih dan menugaskan pengajar yang berkompeten dari berbagai perguruan tinggi terbaik.
3. Mengembangkan sistem layanan akademik yang efektif dan solutif.
4. Menjadi sahabat siswa untuk mengoptimalkan kemampuan akademik terbaik.
5. Menjadi partner orang tua membimbing dan memotivasi anak untuk selalu berprestasi dan berbahagia.

1.1.3 Logo Institusi

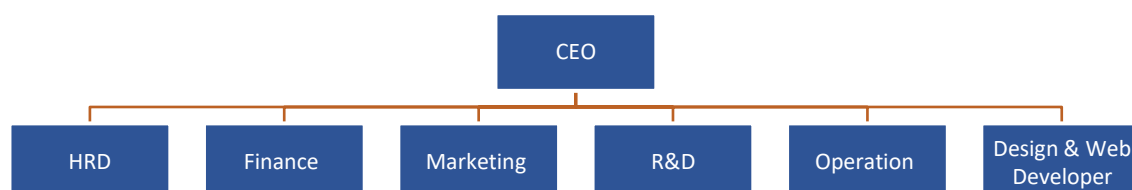
Berikut merupakan logo institusi dari Matrix Tutoring.



Gambar 1. 1
Logo Matrix Tutoring

Sumber: Website Matrix Tutoring (lesprivatmatrix.com)

1.1.4 Struktur



Gambar 1. 2
Struktur Organisasi Matrix Tutoring

Sumber: Data Perusahaan Matrix Tutoring

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi ini kebutuhan akan meningkatkan kompetensi manusia semakin gencar dilakukan, khususnya pada industri bimbingan belajar yang masih menjadi salah

satu sektor untuk membantu siswa/i mulai dari SD, SMP dan SMA memperbaiki nilai atau mencapai nilai yang diharapkan. Sebagai contoh, dilansir dari CNN Indonesia, Vice President Ruangguru Ritchie Goenawan mengatakan jumlah pengguna Ruangguru hingga saat ini mencapai 22 juta untuk semua tingkatan sekolah yakni SD hingga SMA dengan 300 ribu pengajar yang berkualitas (Jonathan Frederick, CNN Indonesia/2019). Contoh berikutnya yakni Zenius yang merupakan aplikasi belajar online dengan fitur live interaktif pertama di Indonesia. Hingga tahun 2020, Zenius memiliki 16 juta pengguna. Zenius fokus membantu para siswa SMA mengantarkan ke jenjang perkuliahan.

Kebanyakan bimbingan belajar hanya sebatas memfokuskan pada siswa/i SD/SMP/SMA, tetapi berbeda dengan bimbingan belajar yang khusus untuk mahasiswa/i yang cenderung jarang kita temui, yang sebenarnya tingkat kesulitan di perkuliahan itu lebih tinggi dibandingkan saat di bangku sekolah. Jumlah pendaftar untuk menjadi mahasiswa/i baru PTN maupun PTS di Indonesia dari tahun ke tahun bertambah banyak. Tidak hanya itu, banyak mahasiswa yang mengaku salah jurusan, sehingga mahasiswa/i kategori ini tidak dapat mengeluarkan potensi terbaik mereka tanpa bantuan dari bimbingan belajar.

Berdasarkan penelitian Indonesia Career Center Network (ICCN) tahun 2017, diketahui sebanyak 87 persen mahasiswa Indonesia mengakui bahwa jurusan yang diambil tidak sesuai dengan minatnya. Survei tersebut menemukan bahwa “salah jurusan” dapat berdampak pada studi seorang mahasiswa. (REPUBLIKA.co.id/2017)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh salah satu organisasi internal kampus (2017), terdapat 80% mahasiswa yang mendapatkan nilai yang kurang baik atau bahkan banyak sekali mahasiswa yang tidak lulus pada mata kuliah tersebut. Sehingga, mahasiswa akan kesulitan memahami dan mengikuti mata kuliah lanjutan jika tidak menguasai mata kuliah dasar karena adanya keterkaitan antara mata kuliah dasar dengan mata kuliah lanjut.

Bimbingan belajar mahasiswa sebenarnya sudah ada beradar di masyarakat, namun jumlah pendaftar dan peminatnya masih jauh lebih sedikit dibandingkan bimbingan belajar untuk tingkat SD, SMP maupun SMA. Sebagai perbandingan, jumlah pendaftar bimbingan belajar mahasiswa Matrix Tutoring pada tahun 2023/2024 berjumlah 209 (Sumber: Data dari manajemen Matrix Tutoring), sedangkan untuk pendaftar bimbingan belajar Ganesha Operation tingkat SMA cabang kota Bandung tahun 2023/2024 terdapat lebih dari 500 pendaftar. Hal ini didukung karena bimbingan belajar mahasiswa saat ini memang sudah semakin dibutuhkan, karena mahasiswa sendiri sudah semakin banyak. Tidak sedikit juga yang memiliki kesibukan lain, baik dalam mencari uang tambahan sampai mengikuti

organisasi yang membuat mereka menjadi tidak dapat selalu hadir di dalam kelas (nusagama.com | Berikut Perbedaan Les Mahasiswa, Bimbel, dan Kursus serta Privat/2018) dan jumlah usaha pendidikan di tingkat SD, SMP dan SMA jauh lebih banyak dari perguruan tinggi (bps.go.id | Hasil Pendataan Usaha/Perusahaan Pendidikan Sensus Ekonomi 2016-Lanjutan Indonesia - Badan Pusat Statistik Indonesia, 2018).

Matrix Tutoring adalah lembaga penyedia layanan jasa les privat untuk TK, SD, SMP, SMA, UN/AKM, OSN, Simak UI, SBMPTN, Akpol, Mahasiswa dan Karyawan yang berdiri pada tahun 2010 didirikan oleh alumni Universitas Indonesia yang telah berpengalaman lebih dari 8 tahun dalam layanan bimbel, les privat dan kerjasama homeschooling, Matrix Tutoring memiliki lokasi di Pesona Khayangan Blok CP No. 4, Depok, Jawa Barat (Lingkungan Pendidikan UI). Matrix Tutoring menyediakan Program Les Privat Offline dengan spesialisasi pengajaran berdasarkan keahlian tutor. Konsep pembelajaran sesuai dengan kurikulum yang diterapkan sekolah siswa dan universitas dari mahasiswa pendaftar. Matrix Tutoring memiliki produk yakni les privat untuk mahasiswa dengan spesifikasi pengajar atau tutor target utama Matrix Tutoring adalah mahasiswa baru tingkat 1 atau semester 1 sampai semester 2, dan mahasiswa tingkat 2 atau semester 3 sampai semester 4, agar selaras antara kurikulum universitas dan kegiatan bimbingan belajar privat Matrix Tutoring, maka solusi Matrix Tutoring yaitu merekrut mahasiswa yang memiliki Indeks Prestasi tinggi dan berasal dari universitas ternama di Indonesia untuk menjadi pengajar bimbingan belajar dengan kualifikasi khusus dan ketat agar output yang dihasilkan dari bimbingan belajar dapat maksimal dan berdampak positif pada perkuliahan.

Penulis melakukan kuesioner pendahuluan kepada 10 responden untuk mengetahui masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, berikut tabel kuesioner pendahuluan.

Tabel 1. 1
Kuesioner Pendahuluan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Hal apa yang membuat Anda tertarik untuk menjadi anggota Matrix Tutoring?	Didapatkan beberapa jawaban yakni program pengajaran yang ditawarkan Matrix Tutoring dapat membantu mahasiswa mendapatkan nilai yang

		lebih baik, meningkatkan IPK mahasiswa, dan menambah wawasan mahasiswa
2.	Bagaimana pendapat Anda terkait program yang ditawarkan oleh Matrix Tutoring?	Didapatkan beberapa jawaban yakni Program yang ditawarkan dapat membantu mahasiswa untuk mendapatkan nilai yang maksimal dan menaikkan IPK mahasiswa
3.	Bagaimana menurut Anda terkait harga yang ditetapkan Matrix Tutoring pada program yang dimilikinya	Didapatkan beberapa jawaban yakni harga yang ditetapkan cukup terjangkau, lumayan terjangkau dan dapat bersaing dengan kompetitornya
4.	Bagaimana menurut Anda terkait promosi yang ditawarkan Matrix Tutoring pada program yang dimilikinya?	Didapatkan jawaban yang seragam yakni promosi yang dilakukan Matrix Tutoring cukup menarik minat mahasiswa untuk daftar bimbingan belajar.
5.	Bagaimana menurut Anda terkait kemudahan akses lokasi Matrix Tutoring?	Didapatkan beberapa jawaban yakni lokasi sangat memudahkan mahasiswa, lokasi dapat dijangkau dengan kendaraan umum, lokasi mudah ditemukan karena tersedia di <i>Google Maps</i> .
6.	Bagaimana menurut Anda terkait kualitas pengajar dari Matrix Tutoring?	Didapatkan beberapa jawaban yakni kualitas pengajar sangat baik dan cukup baik dan membuat mahasiswa memahami mata kuliah.
7.	Bagaimana menurut Anda terkait kualitas layanan dari Matrix Tutoring?	Didapatkan jawaban cukup baik dalam pelayanannya
8.	Bagaimana menurut Anda terkait	Didapatkan beberapa jawaban yakni

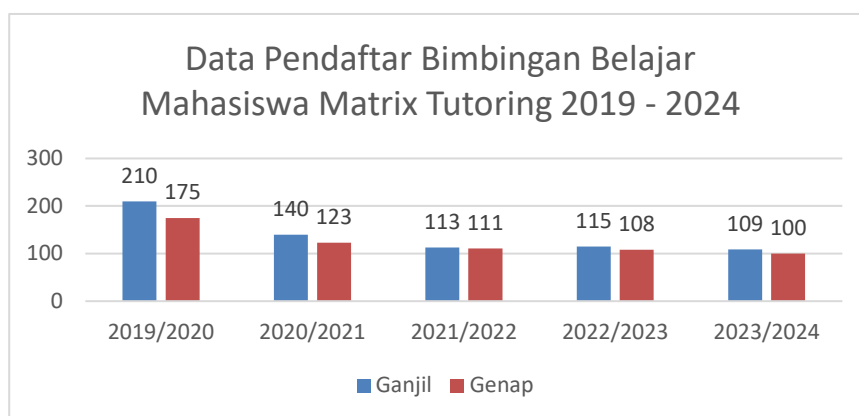
	tampilan gedung Matrix Tutoring?	sederhana seperti belajar di rumah, tempatnya memadai dan cukup baik namun AC kurang dingin
9.	Hal apa yang menurut Anda perlu ditingkatkan dari Matrix Tutoring?	Didapatkan beberapa jawaban yakni kualitas layanan bisa ditingkatkan menjadi lebih baik, cara mengajar bisa ditingkatkan lagi, keadaan gedung ditingkatkan dan AC dalam ruangan diperbaiki agar ruangan menjadi dingin.

Sumber: Data Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan hasil dari pra survei pada tabel 1.1 mengenai bauran pemasaran bimbingan belajar mahasiswa Matrix Tutoring bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih layanan dan tempat membeli. Meskipun ada beberapa area yang perlu menunjukkan hasil yang positif, namun secara keseluruhan masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Aspek yang perlu ditingkatkan antara lain aspek *Process*, *People* dan *Physical Evidence*. Dalam menjalankan bisnisnya, Matrix Tutoring belum memaksimalkan bauran pemasaran (7P) dan merk Matrix Tutoring belum banyak dikenal di kalangan mahasiswa/i di Indonesia melihat dari hasil kuesioner pendahuluan yang telah dilakukan oleh penulis.

Bimbingan belajar mahasiswa Matrix Tutoring telah mengupayakan bauran pemasaran mereka dengan upaya sebagai berikut, aspek *place* (tempat) Matrix Tutoring memiliki tempat mengajar sebuah rumah di perumahan kota Depok dan bimbingan belajar bisa dilakukan di rumah pelanggan, aspek *promotion* (promosi) Matrix Tutoring melakukan promosi melalui *website*, *Instagram* dan *WhatsApp Business*. Sedangkan untuk *Marketing Mix* menurut Lovelock dan Wirtz (2017:18) menyertakan bauran pemasaran 3P, yaitu barang dan jasa. Bauran pemasaran jasa terdiri dari: *People* (orang), *Process* (proses) dan *Physical Evidence* (sarana fisik). Dalam aspek *People* (orang) Matrix Tutoring memiliki pengajar dengan spesifikasi pendidikan minimal sarjana dan minimal IPK 3.00 dari skala 4.00, aspek *Process* (proses) Matrix Tutoring membantu mahasiswa memahami pelajaran dari mata kuliah yang ditempuh oleh mahasiswa tersebut, aspek *Physical Evidence* (sarana fisik) Matrix Tutoring memiliki fasilitas meja belajar *portable* disertai ruangan yang ber-AC untuk kenyamanan belajar mahasiswa dan pengajaran tutor.

Berdasarkan kondisi yang berbeda baik itu dari pengenalan merek atau kinerja sebuah perusahaan yang akan menjadi keputusan pembelian bagi pelanggan, dan Matrix Tutoring belum memenuhi kriteria teori di atas.



Gambar 1.3

Data Pendaftar Bimbingan Belajar Matrix Tutoring 2019 – 2024

Sumber: Data Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan data penjualan 1.5 terlihat adanya fluktuasi penjualan dalam 5 tahun terakhir, kenaikan penjualan yang tajam pada tahun-tahun awal karena sebagai tempat baru Matrix Tutoring berhasil menarik minat pelanggan karena faktor penasarannya dan ingin mencoba suatu hal yang baru. Namun beberapa tahun setelah itu terjadi fluktuasi yang cukup besar hal ini dikarenakan kurangnya gencarnya pada beberapa alat pemasaran Matrix Tutoring seperti kualitas layanan, kualitas pengajar dan kondisi gedung sehingga penjualan tersebut tidak meningkat secara signifikan dan pemasaran yang telah dilakukan kurang efektif dan efisien dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu promosi yang belum maksimal menarik minat calon pelanggan dan pesaing bimbingan belajar dengan harga lebih murah. Oleh karena itu, perlu adanya perubahan dalam hal pemasaran untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat memperkuat keputusan berlangganan calon pelanggan untuk memilih Matrix Tutoring sebagai pilihan utama bimbingan belajar mahasiswa.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang berjudul “STUDI PERILAKU MAHASISWA DALAM POLA PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA BIMBINGAN BELAJAR (Studi pada Jasa Bimbingan Belajar Mahasiswa Buka Buku dengan Pendekatan Studi Kasus)” yang diteliti oleh M. Rizky Al Caesar dengan persamaan pada variabel dependen dan dengan perbedaan pada objek

penelitian, wilayah penelitian dan variabel independen. Pada penelitian ini ditemukan *gap* setelah mengkaji literatur terdahulu yang cenderung berfokus pada perbedaan ketersediaan kelas untuk tingkat S1 dan D-III, tetapi tidak membahas perihal bauran pemasaran untuk bimbingan belajar mahasiswa itu sendiri.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang berjudul “Analisis Bauran Pemasaran Jasa Dengan Keputusan Pembelian Layanan” yang diteliti oleh Siti Alfani dengan persamaan pada variabel dependen dan variabel independen dan dengan perbedaan pada objek penelitian, wilayah penelitian dan teknis analisis data. Pada penelitian ini ditemukan *gap* setelah mengkaji literatur terdahulu yang cenderung hanya berfokus pada beberapa elemen dari bauran pemasaran secara parsial. Beberapa literatur menunjukkan bahwa faktor *product*, *price*, dan *promotion* sering kali menjadi perhatian utama, sementara dimensi *people*, *process*, dan *physical evidence* belum mendapatkan perhatian yang cukup mendalam. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya dilakukan pada industri jasa secara umum, namun belum banyak yang mengulas penerapan strategi secara komprehensif pada bisnis bimbingan belajar mahasiswa yang menggabungkan aspek kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melengkapi kekosongan literatur sebelumnya tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi Matrix Tutoring dalam mengatasi masalah yang dihadapi dan meningkatkan keputusan pembelian pelanggan melalui optimalisasi bauran pemasaran. Hal ini tentunya perlu di analisis kembali bahwa analisis bauran pemasaran memberikan aspek penting dalam sebuah keputusan berlangganan mahasiswa di Matrix Tutoring. Fenomena tersebut cukup menarik untuk melakukan riset secara mendalam dan komprehensif, sehingga penulis tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) terhadap Keputusan Berlangganan Mahasiswa dalam Mengikuti Bimbingan Belajar (Studi pada Mahasiswa Bimbingan Belajar Matrix Tutoring Tahun 2023)**

1.3 Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki permasalahan yang akan dibahas dengan teori dan kajian yang mendalam. Masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran pemasaran pada Matrix Tutoring?
2. Bagaimana keputusan pembelian pada Matrix Tutoring?
3. Seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian bimbingan belajar mahasiswa Matrix Tutoring?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sebuah arahan yang menjadi pedoman pada setiap penelitian untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitian yang dirumuskan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi:

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran pada Matrix Tutoring.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian pada Matrix Tutoring.
3. Untuk mengetahui besaran pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian bimbingan belajar mahasiswa Matrix Tutoring.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian selanjutnya dalam hal:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai Evaluasi untuk meningkat Bauran Pemasaran Jasa yang dimiliki Matrix Tutoring yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini di harapkan dapat memperdalam ilmu pengetahuan peneliti, terutama pada bidang bauran pemasaran dan keputusan pembelian. Bentuk Implementasi ilmu dan teori yang dapatkan di bangku kuliah serta dapat membarikan manfaat kepada pihak terlibat dalam penelitian ini.

3. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini di harapkan dapat di jadikan referensi oleh peneliti selanjut yang akan membahas mengenai bauran pemasaran jasa dan keputusan pembelian dan dapat memberikan kontribusi dalam bidang pendidikan.

1.6 Batasan Penulisan

Agar penelitian yang peneliti lakukan dapat memberikan pemahaman dengan jelas dan pembahasan tidak menyimpang dari pokok perumusan masalah, maka batasan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah Bimbingan Belajar Mahasiswa Matrix Tutoring.
2. Lokasi penelitian adalah Bimbingan Belajar Mahasiswa Matrix Tutoring yang berada di kota Depok.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka dan lingkup penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Manajemen Pemasaran.

3. Bab III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, variabel operasional, informan penelitian, jenis penelitian, tahapan penelitian, dan teknik pengumpulan data.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan-permasalahan yang diangkat.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini, dipaparkan kesimpulan hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi.