BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi saat ini yang terus berkembang menciptakan persaingan semakin ketat. Persaingan yang begitu ketat sekarang ini membuat perusahaan-perusahaan harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal. Perusahaan harus bisa menarik minat konsumen sehingga mampu memenangkan pasar.

Persaingan yang sangat ketat juga terjadi pada bisnis jasa, terutama pada bisnis jasa pendidikan. Dimana pendidikan merupakan hal yang sangat utama dan sangat penting. Banyak orang berfikir bahwa tidak cukup hanya dengan belajar di sekolah-sekolah formal saja dalam memperoleh pendidikan. Terutama dalam pendidikan bahasa yang dirasa sangat penting dalam menunjang kemampuan berkomunikasi dengan orang lain, khususnya dalam penguasaan bahasa asing.

Pada umumnya bahasa Inggris menjadi pilihan utama yang sering dipakai dalam melakukan komunikasi. Karena penggunaan luasnya sebagai bahasa komunikasi internasional, maka menguasai bahasa Inggris merupakan syarat mutlak untuk dapat bersaing dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan global ini. Semakin tingginya kesadaran dan kebutuhan akan pentingnya penguasaan bahasa Inggris, berdampak pada semakin banyaknya permintaan pasar akan jasa pendidikan dan bimbingan belajar bahasa Inggris (Hananing 2011:5).

Kesadaran dan kebutuhan akan pentingnya penguasaan bahasa Inggris yang sangat tinggi, berdampak pada semakin banyaknya permintaan pasar akan jasa pendidikan dan bimbingan belajar bahasa Inggris. Besarnya kebutuhan untuk belajar bahasa Inggris telah menjadikan sebuah komoditas bisnis tersendiri. Hal ini juga didasarkan pada data jumlah tempat kursus Bahasa Inggris dari Direktorat Pembinaan Kursus & Pelatihan Ditjen Pendidikan Anak Usia Dini, Nonformal & Informal Kementrian Pendidikan & Kebudayaan. Jumlah rekap jenis kursus di propinsi Jawa Barat untuk jenis kursus bahasa Inggris berada pada peringkat kedua dengan jumlah 619 kursus bahasa Inggris.

Tabel 1.1
Rekap Jumlah Jenis Kursus
Propinsi Jawa Barat Tahun 2014

No	Jenis Kursus	Jumlah
1.	Komputer	650
2.	Bahasa Inggris	619
3.	Menjahit	480
4.	Bimbingan Belajar	307
5.	Tata Rias Pengantin	301
6.	Tata Kecantikan Rambut	278
7.	Tata Kecantikan Kulit	139
8.	Lain-lain	138
9.	Seni Musik	77
10.	Hantaran	70
11.	Tata Boga	57
12.	Mental Aritmatika	54
13.	Akuntansi	47
14.	Otomotif	43
15.	Bahasa Jepang	42

Sumber: Kementrian Pendidikan & Kebudayaan

Kesadaran masyarakat akan pentingnya penggunaan bahasa Inggris di kota besar seperti kota Bandung, mengakibatkan banyaknya bermunculan lembaga kursus pendidikan bahasa Inggris seperti EF, TBI, LIA, Cinderella School of English for Children dan lembaga kursus lainnya. Hal ini juga didorong dengan

adanya minat masyarakat dalam penguasaan bahasa asing terutama bahasa Inggris. Di kota besar seperti Bandung penguasaan bahasa asing menjadi sebuah keharusan agar mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan yang terjadi. Semakin banyaknya jasa bimbingan belajar bahasa Inggris yang ada saat ini menambah semakin ketatnya persaingan dalam pemberian jasa pendidikan.

Cinderella School of English for Children berdiri sejak tahun 1979 di kota Bandung. Cinderella School of English for Children Bandung memberikan dukungan komprehensif agar siswa dapat mengambil manfaat praktis secara maksimal dari belajar bahasa Inggris. Memiliki 6 cabang yang tersebar di Bandung sehingga memberi kemudahan bagi siapa saja yang ingin belajar bahasa Inggris.

Cinderella School of English for Children Bandung dirancang khusus untuk anak-anak, memiliki metoda pengajaran yang sangat berbeda dengan lembaga-lembaga bahasa Inggris lainnya, sehingga semua siswa dapat belajar bahasa Inggris lisan dan tulisan dengan baik. Cinderella School of English for Children Bandung dengan berbekal pengalaman hampir 30 tahun dan didukung oleh instruktur yang canggih dibidangnya serta ditunjang dengan alat-alat teknologi masa kini maka akan membuat anak-anak sukses belajar bahasa inggris dengan tepat dan cepat.

Cinderella School of English for Children Bandung dituntut tidak hanya dapat menawarkan jasa saja tetapi juga dapat memberikan yang terbaik bagi pelanggannya. Melalui peningkatan kualitas pelayanan, menciptakan kepercayaan kepada para konsumennya dan penerapan harga yang wajar serta sesuai dengan

kualitas yang diberikan, diharapkan mampu menciptakan loyalitas pelanggan pada Cinderella School of English for Children Bandung.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu strategi perusahaan untuk mempertahankan bisnis dan profit perusahaan. Imbalan dari loyalitas sendiri bersifat jangka panjang dan kumulatif, jadi semakin lama seorang pelanggan loyal terhadap suatu produk/jasa, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan dari seorang calon pelanggan. Menciptakan loyalitas merupakan salah satu cara mencapai tujuan perusahaan. Karena loyalitas pelanggan akan turut menentukan keberhasilan perusahaan (Mulyo & Ukudi 2007:216).

Loyalitas konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, yang tercermin dari kebiasaan konsumen dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara terus menerus harus selalu diperhatikan oleh perusahaan atau produsen. Perusahaan perlu mengamati loyalitas konsumen untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta tercapainya tujuan sebuah perusahaan.

Pelanggan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Pelanggan merupakan aset yang dapat menentukan keberhasilan perusahaan, mengingat pelanggan mencerminkan potensi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Perusahaan harus selalu berupaya memahami perilaku konsumennya dan berusaha mempertahankan pelanggannya, karena loyalitas pelanggan sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Pelanggan yang loyal bisa membawa manfaat yang sangat besar bagi sebuah perusahaan, karena mereka dapat memberikan sebuah aliran laba yang

kontinu, mengurangi biaya pemasaran dan operasional, meningkatkan penjualan bahkan membuat pelanggan tersebut tidak terpengaruh oleh promosi maupun tawaran dari perusahaan pesaing.

Loyalitas pelanggan pada Cinderella School of English for Children Bandung masih kurang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nenden selaku sekertaris Direktur mengatakan bahwa loyalitas pelanggan masih belum mencapai target perusahaan. Cinderella School of English for Children Bandung menargetkan jumlah siswa naik sebesar 50%, sedangkan pada kenyataanya kenaikan jumlah siswa hanya mencapai 20%. Hal ini dikarenakan banyak yang akan memasuki tingkat selanjutnya memilih untuk tidak melanjutkan dan bahkan ada yang memilih pindah ke lembaga pendidikan lain yang memiliki paket tidak hanya mengajarkan bahasa Inggris saja (6/11/2013). Hal ini juga sesuai dengan survey awal pada Cinderella School of English for Children Bandung yang dilakukan kepada 30 orang responden orang tua siswa adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Survey awal tentang Loyalitas Pelanggan
pada Cinderella School of English for Children Bandung

Pertanyaan	Alternatif Jawaban			
	Ya		Tidak	
	F	(%)	F	(%)
Apakah Anda tertarik untuk melanjutkan pendidikan bahasa Inggis pada Cinderella School of English for Children Bandung?	13	43%	17	57%
Apakah Anda akan merekomendasikan tentang Cinderella School of English for Children Bandung kepada teman anda?	12	40%	18	60%
Apakah Anda akan melakukan kursus pendidikan les bahasa Inggris di tempat lain selain di Cinderella School of English for Children Bandung?	15	50%	15	50%
Loyalitas Pelanggan (Total)		**44%**		**56%**

Sumber : Survey Awal

Berdasarkan survey awal yang dilakukan bahwa sebanyak 44% pelanggan akan selalu mengikuti pendidikan bahasa Inggris pada Cinderella School of English for Children Bandung, sedangkan 56% pelanggan tidak selalu mengikuti pendidikan bahasa Inggris pada Cinderella School of English for Children Bandung kemungkinan akan melakukan kursus di tempat lain.

Salah satu kebijakan yang berpengaruh besar dalam keberhasilan pemasaran adalah kebijakan harga. Harga menjadi pertimbangan yang penting, karena harga merupakan bagian yang sangat peka bagi konsumen. Konsumen melihat harga sebagai faktor yang harus disesuaikan dengan daya beli yang dimiliki.

Harga sangat menentukan kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa, karena besarnya harga yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh pelanggan. Semakin tingginya harga akan mengakibatkan pelanggan harus berpikir dalam penggunaan jasa tersebut, demikian sebaliknya apabila harga semakin rendah maka pelanggan cenderung memanfaatkan jasa perusahaan tanpa melakukan pertimbangan lebih banyak. Harga yang ditetapkan tentunya harus ditunjang dengan kenyamanan dalam pelayanan yang lebih baik, sehingga penumpang merasakan suatu kewajaran harga (Rahyuda & Atmaja 2011:373).

Harga yang ditetapkan Cinderella School of English for Children Bandung dinilai sudah wajar, seperti yang dikemukakan oleh Ibu Nenden selaku sekertaris Direktur (6/11/2013). Namun hal ini tidak sesuai dengan hasil survey awal yang dilakukan. Kewajaran Harga yang dirasakan pelanggan pada Cinderella School of

English for Children Bandung bisa dilihat dari survey awal yang dilakukan kepada 30 orang responden orang tua siswa adalah seperti berikut ini:

Tabel 1.3
Survey awal tentang Kewajaran Harga
pada Cinderella School of English for Children Bandung

Pertanyaan	Alternatif Jawaban			
	Ya		Tidak	
	F	(%)	F	(%)
Apakah harga kursus bahasa inggris di Cinderella School of English for Children Bandung lebih murah dibanding dengan tempat kursus lain?	17	57%	13	43%
Apakah harga kursus yang ditetapkan Cinderella School of English for Children Bandung sudah sesuai?	12	40%	18	60%
Apakah harga kursus yang ditetapkan Cinderella School of English for Children Bandung sudah wajar?	14	47%	16	53%
Kewajaran Harga (Total)		**48%**		**52%**

Sumber : Survey Awal

Berdasarkan survey awal yang dilakukan bahwa sebanyak 48% pelanggan menyatakan harga yang ditetapkan sudah wajar pada Cinderella School of English for Children Bandung, sedangkan 52% pelanggan menyatakan harga yang ditetapkan Cinderella School of English for Children kurang wajar, hal ini bisa dilihat dari adanya komplain dari fasilitas yang dirasakan belum ada perubahan meskipun terjadi kenaikan harga dan bahkan tidak melanjutkan kursus apabila terjadi kenaikan harga.

Kepercayaan konsumen terhadap merek merupakan faktor penting lain yang dapat membangun loyalitas. Saat konsumen memiliki kepercayaan kepada sebuah produk atau jasa tertentu, maka konsumen memiliki niat untuk membeli produk atau jasa tersebut. Kepercayaan adalah hal yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan-perusahaan penyedia jasa, karena mereka menjanjikan

konsumennya atas pembelian produk yang tidak dapat dilihat. Terciptanya kepercayaan didasarkan pengalaman dengan merek yang akan menjadi sumber untuk terciptanya rasa percaya dan akan mempengaruhi dalam penggunaan merek atas produk atau jasa (Suharto 2012:201).

Cinderella School of English for Children Bandung sudah mendapatkan Kepercayaan dari konsumen. Hal ini dikemukakan oleh Ibu Nenden selaku Sekertaris Direktur. Beliau berpendapat bahwa Cinderella School of English for Children Bandung mendapatkan kepercayaan konsumen hingga mampu berkembang dan bertahan lebih dari 30 tahun (6/11/2013). Tetapi, hasil dari survey awal menunjukan indikasi kurangnya kepercayaan konsumen Cinderella School of English for Children Bandung yang dilakukan kepada 30 orang responden orang tua siswa adalah seperti berikut ini:

Tabel 1.4
Survey awal tentang Kepercayaan
pada Cinderella School of English for Children Bandung

Pertanyaan	Alternatif Jawaban			
	Ya		Tidak	
	F	(%)	F	(%)
Apakah Anda percaya Cinderella School of English for Children Bandung memiliki reputasi yang baik?	13	43%	17	57%
Apakah Anda memiliki kepercayaan yang tinggi kepada Cinderella School of English for Children Bandung?	14	47%	16	53%
Apakah Anda percaya dengan mengikuti kursus di Cinderella School of English for Children Bandung akan dapat menguasai bahasa inggris dengan tepat dan cepat?	12	40%	18	60%
Kepercayaan Konsumen (Total)		**43%**		**57%**

Sumber : Survey Awal

Berdasarkan survey awal yang dilakukan bahwa sebanyak 43% pelanggan menyatakan percaya pada Cinderella School of English for Children Bandung dalam pendidikan bahasa Inggris, sedangkan 57% pelanggan menyatakan kurang percaya pada Cinderella School of English for Children Bandung, hal ini dikarenakan orang tua siswa merasa belum adanya perubahan kemampuan bahasa Inggris siswa setelah beberapa lama mengikuti kursus pada Cinderella School of English for Children Bandung.

Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pelaku bisnis menjadi lebih bergairah dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Kualitas pelayananlah yang menjadi poin utama dalam menjalankan bisnis dibidang jasa, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen. Meningkatkan kualitas layanan dan memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan industri. Kualitas layanan telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi, baik organisasi profit maupun non profit (Mulyo & Ukudi 2007:215).

Kualitas pelayanan pada Cinderella School of English for Children Bandung menurut Ibu Nenden selaku sekertaris Direktur sudah baik, karena lembaga pendidikan ini selalu memperhatikan dan memberikan layanan yang terbaik kepada setiap konsumennya (6/11/2013). Tetapi, pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung merasa kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik. Berdasarkan hasil dari survey awal yang dilakukan kepada 30 orang responden orang tua siswa adalah seperti berikut ini:

Tabel 1.5
Survey awal tentang Kualitas Pelayanan
pada Cinderella School of English for Children Bandung

Pertanyaan	Alternatif Jawaban			
	Ya		Tidak	
	F	(%)	F	(%)
Apakah modul pembelajaran selalu tersedia?	16	53%	14	47%
Apakah fasilitas-fasilitas yang berada di Cinderella School of English for Children Bandung sudah memadai?	13	43%	17	57%
Apakah pihak manajemen Cinderella School of English for Children Bandung cepat tanggap dalam menangani keluhan?	14	47%	16	53%
Kualitas pelayanan (Total)		**48%**		**52%**

Sumber : Survey Awal

Berdasarkan survey awal yang dilakukan bahwa sebanyak 48% pelanggan menyatakan kualitas pelayanan pada Cinderella School of English for Children Bandung sudah baik, sedangkan 52% pelanggan menyatakan kualitas pelayanan kurang baik, hal ini dikarenakan adanya keluhan terhadap karyawan baru yang masih kurang tanggap dalam melayani para pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka judul dari penelitian ini adalah "Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School of English for Children di Bandung".

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka penulis mencoba mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayan pada Cinderella School of English for Children Bandung dinilai masih kurang, hal ini disebabkan karena masih kurang tanggapnya karyawan dalam melayani pelanggan, terutama karyawan baru. Selain itu, kepercayaan terhadap Cinderella School of English for Children Bandung dinilai kurang karena masih adanya komplain dari orang tua siswa mengenai kemampuan siswa dalam

penguasaan bahasa Inggris dinilai masih belum menunjukan peningkatan kemampuan yang signifikan. Kewajaran harga pada Cinderella School of English for Children Bandung dinilai masih kurang wajar. Hal ini dilihat dari fasilitas yang dirasakan belum ada perubahan meskipun terjadi kenaikan harga. Sehingga terjadinya penurunan jumlah siswa setelah terjadi kenaikan harga. Loyalitas pelanggan pada Cinderella School of English for Children Bandung dinilai masih kurang. Hal ini dikarenakan banyak yang akan memasuki tingkat selanjutnya memilih untuk tidak melanjutkan dan bahkan ada yang memilih pindah ke lembaga pendidikan lain yang memiliki paket tidak hanya mengajarkan bahasa Inggris saja.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kewajaran Harga dan Loyalitas Pelanggan pada Cinderella School of English for Children Bandung.
2. Apakah terdapat hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan pada Cinderella School of English for Children Bandung.
3. Apakah terdapat hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kewajaran Harga pada Cinderella School of English for Children Bandung.
4. Apakah terdapat hubungan Kepercayaan dengan Kewajaran Harga pada Cinderella School of English for Children Bandung.
5. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cinderella School of English for Children Bandung secara simultan maupun parsial.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School of English for Children Bandung.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan pelanggan mengenai Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kewajaran Harga dan Loyalitas Pelanggan pada Cinderella School of English for Children Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan pada Cinderella School of English for Children Bandung.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kewajaran Harga pada Cinderella School of English for Children Bandung.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan Kepercayaan dengan Kewajaran Harga pada Cinderella School of English for Children Bandung.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cinderella School of English for Children Bandung secara simultan maupun parsial.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah dapat bermanfaat baik secara praktis maupun secara teoritis sebagai berikut :

1.5.1 Kegunaan Praktis

- Bagi Perusahaan

  Penulisan ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan masukan mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan dan kewajaran harga sehingga pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan.

- Lain-lain

  Diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi tambahan bagi pihak-pihak terkait dan bagi perusahaan-perusahaan lain yang bergerak pada bagian usaha yang sama khususnya.

- Kegunaan bagi mahasiswa

  Dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa dalam menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan pada Cinderella School of English for Children Bandung.

1.5.2 Kegunaan Teoritis

- Pengembangan Ilmu Manajemen

  Pengembangan Ilmu Manajemen Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam memberikan sumbangan informasi ilmu yang dapat memberikan kontribusi dalam memajukan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai manajemen pemasaran.

- Bagi Penulis

  Penilitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan dan kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan pada Cinderella School of English for Children Bandung.

- Bagi Peneliti lain

  Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis lainnya khususnya yang ingin mengetahui lebih jauh mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan dan kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan yang ada diperusahaan.

1.6 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Cinderella School of English for Children Bandung.

Tabel 1.6
Jadwal Penelitian

No	Prosedur	Bulan												
		Jun	Jul	Aug	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
		2013							2014					
Penemuan Masalah														
I	Pembuatan Proposal Tesis													
	Menentukan Tempat Penelitian													
Tahap Pelaksanaan														
II	Penyusunan Proposal UP													
	Seminar UP Tesis													
	Revisi UP Tesis													
	Melanjutkan Penelitian di Perusahaan													
	Penyusunan Tesis													
	Bimbingan Tesis													
	Seminar Tesis													
	Revisi Seminar Tesis													
Tahap Laporan														
III	Pendaftaran Sidang Tesis													
	Menyiapkan Draft Tesis													
	Sidang Akhir													
	Penyempurnaan Laporan Tesis													