

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan menjadi tuntutan bagi sumber daya manusia untuk menguasai ilmu pengetahuan secara cerdas. Hal ini meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menempuh jenjang pendidikan yang lebih tinggi sehingga menjadi salah satu unsur yang mendorong tumbuh dan berkembangnya berbagai lembaga pendidikan. Setiap Lembaga Pendidikan yang sudah berdiri saat ini tentunya mempunyai keunggulan dari strategi pemasaran sendiri sehingga menjadi daya saing terhadap kompetensi dalam menghadapi tuntutan pendidikan yang selalu berubah-ubah sampai saat ini.

Lembaga pendidikan adalah jalur pendidikan di luar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang. Lembaga Pendidikan diselenggarakan bagi warga masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah, dan/atau pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikannya. Lembaga Pendidikan juga berfungsi mengembangkan potensi peserta didik dengan penekanan pada penguasaan pengetahuan dan keterampilan fungsional serta pengembangan sikap dan kepribadian profesional [1].

Lembaga pendidikan tidak terlepas dari berbagai macam perubahan, yang bersumber dari lingkungan Eksternal maupun lingkungan Internal Lembaga Pendidikan. Perubahan yang berpengaruh negatif merupakan gangguan bagi Lembaga Pendidikan, sedangkan perubahan yang berpengaruh positif akan menunjang kelangsungan hidup Lembaga Pendidikan. Oleh karena itu, Lembaga Pendidikan akan menunjang kelangsungan hidup Lembaga Pendidikan, baik itu faktor Eksternal maupun faktor Internal. Hal ini membuat Lembaga Pendidikan fokus terhadap manajemen yang harus diarahkan pada perumusan strategi agar Lembaga Pendidikan mengetahui strategi seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam Lembaga Pendidikan dengan memanfaatkan faktor-faktor internal

dan faktor eksternal, sehingga menjadi kekuatan dalam menghadapi persaingan di pasar global dalam mempertahankan jumlah penerimaan siswa baru setiap tahunnya.

Lembaga pendidikan yang merupakan penyedia jasa pendidikan berusaha untuk memikirkan bagaimana cara yang tepat untuk meningkatkan mutu pendidikan di sekolah. Mutu pendidikan adalah gambaran karakteristik menyeluruh jasa pelayanan pendidikan secara internal ataupun eksternal yang menunjukkan kemampuannya memuaskan kebutuhan yang diharapkan oleh siswa. Dengan banyaknya Lembaga pendidikan yang ada maka akan muncul persaingan di antara lembaga pendidikan itu sendiri. Lembaga pendidikan dapat dianalogikan sebagai lembaga pemberi jasa kepada para konsumen (siswa).

Strategi adalah cara mengerjakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Strategi sebagai rencana jangka panjang Lembaga Pendidikan yang berpengaruh dengan bagaimana Lembaga Pendidikan menyelaraskan kekuatan dan kelemahan internalnya dengan peluang dan ancaman eksternal untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Salah satu strategi manajerial yang dikembangkan untuk menjamin sebuah organisasi (lembaga kursus) dari masa sekarang dan berkelanjutan sampai masa yang akan datang yaitu dengan melakukan analisis SWOT sehingga dapat mempertimbangkan faktor strategi dan risiko secara tepat. Formulasi strategi disusun menggunakan hasil analisis SWOT adalah dengan menggabungkan berbagai indikator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan [2]. Adapun pengertian SWOT menurut Pearce dan Robinson adalah teknik historis yang terkenal dimana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan [2].

SWOT adalah singkatan dari lingkungan *internal (strength and weaknesses)* serta lingkungan *eksternal (opportunities and threats)* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis *SWOT* membandingkan antara faktor *eksternal* yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), dengan faktor *internal* yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*).

Strength (kekuatan) adalah sebuah faktor pendorong dan kekuatan yang berasal dari dalam organisasi, dimana kekuatan disini meliputi semua komponen-komponen organisasi baik sumber daya maupun kemampuan yang dapat dioptimalkan sehingga bermakna positif untuk pengembangan organisasi ataupun pelaksanaan sebuah program kerja [3]. Setiap Lembaga pendidikan tentu memiliki *Weakness* (kelemahan) tersendiri, *Weakness* (kelemahan) adalah faktor kekuatan yang seharusnya dimiliki oleh organisasi namun tidak ada, yang akhirnya menjadi kelemahan dalam organisasi tersebut [3]. Lembaga Pendidikan Victor Learning Center yang menyadari hal ini pun berupaya untuk mengendalikan faktor-faktor yang meningkatkan *Strength* agar memberikan dampak positif bagi Lembaga Pendidikan dalam hal peningkatan siswa baru dan mempertahankan siswa yang sudah ada.

Opportunity (peluang) adalah faktor-faktor pendukung dalam pengembangan maupun stabilitas organisasi maupun pelaksanaan program kerja, sedangkan *Threats* (ancaman) adalah faktor-faktor penghambat atau hal-hal yang dapat mengancam perkembangan maupun stabilitas organisasi atau pelaksanaan program kerja, atau bahkan dapat mengancam keberadaan organisasi ataupun program kerja [3]. Faktor yang ada di luar kendali manajemen Lembaga Pendidikan Victor Learning Center, tetapi kemunculannya akan memberikan suatu peluang sukses bagi Lembaga Pendidikan jika Lembaga Pendidikan mempunyai kekuatan yang cukup untuk beradaptasi.

Victor Learning Center Medan adalah Lembaga kursus yang beralamat di Komplek, Multatuli Indah D No.54 Medan. Victor Learning Center mulai melayani masyarakat sejak 06 Juni 2005. Lembaga kursus yang telah berdiri 14 tahun ini terus melayani dan mendidik masyarakat sampai sekarang. Lembaga ini merupakan sebuah lembaga pendidikan kursus yang memberikan pendidikan dan pelatihan pada

satu bidang yaitu bahasa mandarin. Dengan moto dari Victor Learning Center adalah “seperti tidak ada yang lebih baik, hanya ada yang lebih baik”.

Tabel 1. 1 Jumlah peserta didik Victor Learning Center Medan 5 tahun terakhir

Tahun Pelajaran	Jumlah Peserta Didik
2017/2018	643
2016/2017	598
2015/2016	522
2014/2015	538
2013/2014	493

Sumber : Victor Learning Center

Tabel diatas menunjukkan data peserta didik aktif Victor Learning Center selama 5 (lima) tahun terakhir, pada tahun pelajaran 2015/2016 Victor Learning Center mengalami sedikit penurunan dari peserta didik baru sebelumnya. Tetapi di tahun pelajaran selanjutnya kembali mengalami kenaikan.

Victor Learning Center Medan juga terus memperbaharui kurikulum pendidikan, seperti meluncurkan ujian tingkat internasional bahasa Mandarin berbasis online. Hal ini juga di dukung oleh Dinas Pendidikan Kota Medan melalui Bidang Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) dan Pendidikan Masyarakat yang diharapkan bisa mempermudah masyarakat Medan menguasai bahasa Mandarin [4].

Victor Learning Center memiliki beberapa keunggulan seperti pengajar yang berpengalaman dalam bidang mengajar, memiliki pengalaman mengajar rata-rata lebih dari 2 tahun adalah salah satu dari syarat yang wajib dimiliki oleh setiap pengajar di Victor Learning Center. Proses kegiatan belajar dan mengajar dilakukan secara interaktif dan profesional dengan cara melakukan percakapan dengan bahasa mandarin dengan tujuan untuk membantu siswa menguasai pelajaran dengan cepat dan efektif, proses pembelajaran juga disertai dengan pembelajaran lisan dan tulisan. Materi yang diberikan kepada siswa selalu diperbaharui secara berkala yaitu 1 tahun sekali demi menjaga mutu dan kualitas Victor Learning Center. Ruangan kelas didesainn secara khusus sehingga hanya dapat menampung maximal 15 siswa yang

bertujuan untuk menjaga proses belajar dan mengajar yang intim dan profesional, diharapkan dengan adanya hal ini dapat mempermudah siswa dalam menyerap materi yang diberikan oleh pengajar serta mempermudah pengajar dalam menangani dan menyalurkan materi yang dibutuhkan.

Victor Learning Center juga menyediakan kelas akhir pekan dan kelas privat. Dibukanya kelas akhir pekan ini ditunjukkan bagi siswa-siswa yang hanya memiliki waktu luang pada hari Sabtu dan Minggu, proses belajar mengajar dalam kelas akhir pekan ini dilakukan dengan durasi 1 (satu) jam dalam 1 (satu) pertemuan.

Victor Learning Center memiliki jadwal yang cukup padat, hal ini menuntut para pengajar untuk siap dalam memberikan waktu dan tenaganya pada jadwal yang telah ditentukan, rata-rata kegiatan belajar mengajar yang dilakukan oleh sebuah tempat bimbingan belajar hanya pada hari senin-sabtu, namun dikarenakan Victor Learning Center membuka kelas privat dan kelas akhir pekan sehingga menuntut beberapa pengajar untuk mengajar diakhir pekan. Hal ini tentu membuat beberapa pengajar hanya mendapatkan waktu libur pada hari libur nasional.

Biaya kursus yang harus dikeluarkan oleh siswa adalah sebesar Rp. 300.000,- sampai Rp. 400.000,- per bulan, dimana biaya tersebut dapat dikatakan cukup tinggi karena jadwal pertemuan yang singkat untuk 2 jam dalam 1 minggu. Jadwal kursus ditentukan pada awal pendaftaran dan tidak dapat dilakukan pergantian jadwal setelah proses registrasi selesai.

Lembaga Pendidikan Victor Learning Center menyadari adanya perubahan positif maupun negatif serta persaingan dalam penerimaan siswa baru yang dilakukan Lembaga Pendidikan lainnya seperti Jiayou, IEC, Anjie, dan lainnya yang tentunya dapat menarik minat konsumen (siswa) dan memenangkan persaingan di pasar sehingga akan mengancam keberlangsungan Lembaga Pendidikan Victor Learning Center.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis melakukan penelitian berjudul “Analisis Strategi Bersaing Terhadap Jumlah Penerimaan Siswa Baru di Medan (Studi Kasus siswa pada Victor Learning Center)”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi dan batasan masalah tersebut, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu : “ **Bagaimana Analisis Strategi Bersaing terhadap Jumlah Penerimaan Siswa Baru di Medan (Studi Kasus siswa pada Victor Learning Center)**”

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan penelitian ini tidak terlalu luas, maka penulis menetapkan ruang lingkup penelitian “Analisis strategi bersaing terhadap jumlah penerimaan siswa baru pada Victor Learning Center” dengan memilih variabel sebagai berikut :

1. Analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) perusahaan dimana yang menjadi lingkungan internal (*Strength, Weakness*) perusahaan merupakan bagian biaya kursus, fasilitas belajar dan gedung, metode belajar dan materi, variasi produk dan layanan, nama lembaga, cara pembayaran, layanan tambahan, tenaga pengajar, loyalitas pelanggan, lokasi strategis, promosi, kondisi keuangan, sistem informasi sedangkan analisis lingkungan eksternal (*Opportunities, Threats*) perusahaan merupakan kondisi *in house school training*, pangsa pasar, peminat khusus meluas hingga preschool, penggunaan HSK (*Hànyǔ Shuǐpíng Kǎoshì*), HSKK (*Hànyǔ Shuǐpíng Kǎoyǔ Kǎoshì*) dan YCT (*Youth Chinese Test*), sekolah mulai menggunakan bilingual, program tambahan, pesaing, produk jasa substitusi, daya beli konsumen menurun, guru sekolah memberi pelajaran tambahan, waktu belajar di sekolah lebih padat..
2. Objek Penelitian ini Siswa Victor Learning Center Medan
3. Periode pengumpulan data pada tahun 2019 (1 tahun)

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang dan perumusan masalah sebelumnya, maka tujuan utama yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui analisis *SWOT* (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman yang dihadapi pada Victor Learning Center)

2. Untuk mengetahui strategi bersaing yang di terapkan oleh Victor Learning Center.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai oleh penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai input bagi lembaga kursus dari sudut pandang teoritis dalam mengambil kebijakan yang berhubungan dengan SWOT, untuk meningkatkan jumlah siswa baru.

2. Manfaat Praktis,

Sebagai masukan bagi lembaga kursus Victor Learning Center dan lembaga kursus sejenis dalam menyelesaikan masalah-masalah yang timbul yang berhubungan dengan SWOT yang dapat membawa pengaruh terhadap jumlah siswa baru.

1.6. Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu dengan judul **“Analisis Strategi Bersaing Dalam Penerimaan Siswa Baru di Pamulang di TK (Studi Kasus Orang Tua Siswa Pada TK. Islam Azkiya)”** [5]. Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian sebelumnya hanya fokus kepada strategi bersaing untuk meningkatkan jumlah penerimaan siswa baru, sedangkan pada penelitian ini peneliti fokus kepada semua aspek perusahaan dalam upaya merumuskan strategi peningkatan strategi bersaing lembaga kursus. Alasan peneliti fokus kepada semua aspek lembaga kursus karena peneliti berpikir bahwa dalam mengembangkan sebuah perusahaan dalam ketatnya persaingan, bukan hanya aspek pemasaran yang perlu terlihat, tetapi semua aspek dalam lembaga kursus dalam lembaga kursus terlihat secara aktif.
2. Objek penelitian sebelumnya mengambil studi pada para orang tua mahasiswa di Taman Kanak-Kanak Islam Azkiya, sedangkan penelitian ini mengambil studi pada Siswa Victor Learning Center Medan.
3. Periode penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2014, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2019.