

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konsumen mempunyai arti yang sangat penting bagi suatu organisasi yang bergerak dibidang sosial maupun komersial. Suatu organisasi akan sangat tidak mungkin untuk dapat berdiri tanpa dukungan dan keberadaan konsumen. Konsumen adalah faktor utama bagi eksistensi suatu Organisasi, oleh karena itu konsumen merupakan suatu subjek atau suatu syarat mutlak berdirinya perusahaan. Kedudukan konsumen bagi perusahaan cukup strategis, terutama konsumen akhir.

Dengan mengetahui perilaku konsumen, akan sangat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi pasarnya. Sehingga segmen pasar akan lebih jelas, nyata dan efektif. Mempelajari perilaku konsumen akan dapat mengetahui bagaimana konsumen melakukan pembelian. Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari dalam diri konsumen itu sendiri atau berasal dari luar, yang biasa disebut faktor *internal* dan *eksternal*.

Dalam hal ini, menunjukkan bahwa konsumen lebih berfikir secara rasional, karena mereka telah mempunyai informasi sempurna tentang pasar dan mempergunakannya untuk meraih nilai optimal bagi upaya pembelian dari uangnya. Dengan demikian seorang menejer perusahaan harus dapat memahami bagaimana konsumen bereaksi baik terhadap rangsangan atau kebijakan dari berbagai bentuk produk, jasa, harga, daya terhadap merek

perusahaan yang berbeda-beda, maupun reaksi terhadap rangsangan lingkungan yang terdiri dari kekuatan utama yang terjadi dilingkungan makro pembeli. Sebab, keseluruhan rangsangan tersebut menghasilkan keputusan konsumen berupa pemilihan produk, merek, penyalur, maupun waktu pembelian. Aktifitas tersebut tidak berlaku hanya pada perusahaan bisnis saja, tetapi juga berlaku pada perusahaan non bisnis seperti lembaga kursus. Sebuah lembaga kursus harus memiliki daya tarik tersendiri sebagai daya saing dalam menempatkan konsumen. Sehubungan dengan program pemerintah untuk membentuk sumber daya manusia yang berkualitas dan kompetitif, maka disediakan suatu lembaga-lembaga khusus untuk menambah kemampuan setiap siswa dan siswi dalam bidang bahasa inggris, khususnya lembaga kursus Harvard yang benar-benar membentuk kualitas siswa dan siswi dalam bidang bahasa inggris.

Oleh karena itu lembaga kursus harus menjadi tempat untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas hingga tingkat internasional khususnya dalam bidang bahasa inggris. Karena pendidikan yang didapat dari bersekolah tidak cukup untuk menunjang seorang siswa dan siswi yang berkualitas, sehingga didukung dengan adanya lembaga kursus untuk meningkatkan kualitas siswa dan siswi.

Ditinjau dari segi kebutuhan terhadap pendidikan berkualitas baik, maka banyak lembaga kursus yang menawarkan kualitas kepada calon konsumennya. Dengan banyaknya lembaga-lembaga kursus yang berkembang dengan pesat, maka mendorong timbulnya persaingan diantara lembaga-lembaga tersebut. Untuk meningkatkan dan mempertahankan jumlah

penerimaan siswa dan siswi maka pihak lembaga kursus dapat memahami perilaku konsumen dari pasar sasarannya, sehingga strategi pemasaran yang direncanakan dapat berjalan secara efisien dan efektif sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan Bagan Sinembah, kabupaten Rokan Hilir. Dalam upaya meningkatkan jumlah penerimaan siswa dan siswi, Lembaga Kursus Harvad melakukan promosi melalui radio dan sependuk biasanya dilakukan pada awal ajaran baru.

Lembaga kursus harvad menyediakan sumber tenaga pengajar yang berkualitas, sumber tenaga pengajar diambil dari alumni-alumni Perguruan Tinggi yaitu alumni dari Universitas Sumatra Utara, Universitas Islam Riau, Universitas Riau, Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau. Selain dari pada itu lembaga kursus ini dalam proses pembelajaran terdapat tingkatan-tingkatan kelas yaitu, pertama tingkat *beginner* adalah tingkat pertama siswa dan siswi memasuki Kursus Bahasa Inggris jika kemampuannya masi dasar baik siswa SD, SMP maupun SMA , tetapi jika kemampuan siswa dan siswi SD, SMP, dan SMA lebih tinggi dapat memasuki tingkat *intermedit*, tingkat *advanced* yaitu siswa dan siswi di tingkat intermedit yang lebih tinggi kemampuannya dapat memasuki tingkat ini.

Untuk melihat hasil perkembangan jumlah siswa dan siswi Lembaga Kursus Harvad dari tahun ketahun dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel.1.1 Data Siswa – Siswi Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvard

TAHUN	SD	SMP	SMA	JUMLAH
2008	159	131	64	354
2009	140	147	100	387
2010	155	144	69	368
2011	170	165	89	424
2012	169	178	95	442
Total :	793	765	417	1975

Sumber : Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvard di Kecamatan Bagan Sinembah. Kab. Rokan Hilir

Dari data diatas dapat dilihat jumlah siswa dan siswi dilembaga kursus bahasa Inggris Harvard pada tahun 2008 sebanyak 354 siswa. Pada tahun 2009 mengalami peningkatan menjadi 387 siswa. Pada tahun 2010 mengalami penurunan menjadi 368 siswa. Dan pada tahun 2011 mengalami peningkatan menjadi 424 siswa. Untuk tahun 2012 mengalami peningkatan kembali menjadi 442 siswa.

Tabel.1.2. Jumlah Persentase Siswa-siswi Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvard

Tahun	Jumlah	Persentase %
2008	354	18 %
2009	387	20 %
2010	368	19 %
2011	424	21 %
2012	442	22 %

Sumber : Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvard di Kecamatan Bagan Sinembah. Kab. Rokan Hilir

Dari tabel di atas dilihat dari *Acquaring* (mendapatkan), cara konsumen mendapatkan barang dan jasa yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan mereka. *Using* (menggunakan), cara bagaimana konsumen memakai barang dan jasa yang ditawarkan sehingga dapat menilai kualitas dari barang dan jasa tersebut. *Disposing* (membagikan), suatu cara membagi-bagikan barang dan jasa yang ada sebelum mereka membelinya, sehingga memberi kesempatan kepada konsumen untuk memilih barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan mereka.

Sehingga seorang pimpinan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih lembaga kursus Bahasa Inggris Harvad. Dilihat dari uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perkembangan yang terjadi terhadap keputusan konsumen untuk memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad Kecamatan Bagan sinembah. Kab. Rokan hilir dalam bentuk penelitian yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Perilaku Konsumen Dalam Memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan Bagan Sinembah Rokan Hilir**”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Acquaring* secara parsial terhadap proses perilaku konsumen dalam memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan. Bagan Sinembah Rokan Hilir?

2. Bagaimana pengaruh *Using* secara parsial terhadap proses perilaku konsumen dalam memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan. Bagan Sinembah Rokan Hilir?
3. Bagaimana pengaruh *Disposing* secara parsial terhadap proses perilaku konsumen dalam memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan. Bagan Sinembah Rokan Hilir?
4. Bagaimana pengaruh *Acquaring, Using, Disposing* secara simultan terhadap proses perilaku konsumen dalam memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan. Bagan Sinembah Rokan Hilir?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Acquaring* secara parsial terhadap proses perilaku konsumen dalam memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan. Bagan Sinembah Rokan Hilir.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Using* secara parsial terhadap proses perilaku konsumen dalam memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan. Bagan Sinembah Rokan Hilir.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Disposing* secara parsial terhadap proses perilaku konsumen dalam memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan. Bagan Sinembah Rokan Hilir.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Acquaring, Using, Disposing* secara simultan terhadap proses perilaku konsumen dalam memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan. Bagan Sinembah Rokan Hilir.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelittian ini diharapkan akan dapat memberikan sumbangan fikiran dan menjadi salah satu referensi bagi lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan Bagan sinembah Rokan Hilir dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan jumlah penerimaan siswa dan siswi setiiap tahunnya.
2. Bagi penulis sendiri merupakan suatu penambahan ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam mengaplikasikan sebagai teori manajemen pemasaran yang diperoleh dalam perkuliahan dunia nyata.

1.4 Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran umum penulisan proposal ini maka akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Menguraikan landasan teori yang melandasi pembahasan penelitian ini dan hipotesis serta variabel-variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menguraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, sumber dan jenis data, tekhnik pengumpulan data serta analisa data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LEMBAGA KURSUS HARVAD

Menguraikan tentang sejarah ringkas lembaga kursus Bahasa Inggris Harvad, Struktur Organisasi, dan Aktifitas Lembaga Kursus Bahasa Inggris Harvad.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menguraikan hal yang memaparkan tentang hasil yang diperoleh selama penelitian dan pembahasan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Menguraikan kesimpulan dari analisa data serta saran sehubungan dengan hasil penelitian pada Kursus Bahasa Inggris Harvad di Kecamatan Bagan Sinembah Rokan Hilir.