

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era digital menggambarkan periode dengan persaingan ketat dan perkembangan teknologi, memaksa masyarakat untuk memiliki SDM yang andal. Di samping itu, Indonesia kini tengah berada dalam era perdagangan bebas, memberikan kesempatan bagi individu dari berbagai latar belakang dan keahlian untuk bersaing dalam pasar global. Kondisi ini secara langsung menghadapkan para pelaku bisnis kepada permasalahan persaingan usaha yang semakin tinggi, mereka diuntut untuk mampu mengidentifikasi bentuk persaingan yang akan dihadapi, menetapkan berbagai standar kinerjanya serta mengenali secara baik pesaingnya Ratih Hurriyati (2010:41). Bahasa menjadi fokus pembahasan karena perannya yang esensial dalam komunikasi yang aktif dan kreatif Darjowidjojo (2003:16). Kemampuan berbahasa Inggris menjadi hal penting dalam memperoleh pekerjaan saat ini, yang membuat industri pendidikan bahasa Inggris menjadi menonjol, diharapkan dapat meningkatkan pencapaian akademis dan mempersiapkan bekal yang lebih baik di masa depan.

Pada penyelenggaraan kursus bahasa Inggris, lembaga harus mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna dalam memilihnya. Kotler dan Armstrong (2005:15) menjelaskan bahwa minat konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk aspek ekonomi, teknologi, budaya, produk, harga, dan lokasi. Selain itu, lokasi dan harga

memainkan peran penting dalam strategi pemasaran. Lokasi tempat layanan disediakan mempengaruhi ketersediaan dan kenyamanan produk bagi pasar sasaran. Menurut Suryani (2015:153) pasar membutuhkan lahan dan lokasi yang strategis, mengingat aktivitas yang terjadi di pasar tersebut dan pentingnya peran pasar sebagai salah satu komponen pelayanan kota, daerah dan wilayah, yang mengakibatkan kaitan dan pengaruh dari masing-masing unsur penunjang kegiatan perekonomian.

Harga, sebagai elemen pemasaran krusial, dapat memengaruhi minat konsumen, dan harus disesuaikan dengan kondisi pasar spesifik di suatu lokasi. Menurut Kotler dan Armstrong 2010 (dalam Tiara dan Suryoko, 2017:3) harga merupakan jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat yang dimiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Secara keseluruhan, teori lokasi dan harga menekankan pentingnya memahami kebutuhan dan preferensi pasar dalam konteks tempat dan harga. Perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor geografis, demografis, sosial, dan ekonomi dari lokasi yang dituju serta menentukan strategi harga yang sesuai. Dengan memperhatikan lokasi dan harga yang tepat, perusahaan dapat memperoleh keuntungan kompetitif dan memenuhi kebutuhan pasar dengan lebih baik (Kotler & Keller 2012:25)

Lokasi berperan dalam menumbuhkan minat pengguna jasa kursus bahasa Inggris di Rumah Inggris Cilacap. Lokasi yang strategis, yang sering dilewati oleh banyak orang, menjadi faktor penting dalam menumbuhkan

minat karena menarik perhatian dan menjadi titik fokus bagi konsumen. Tjiptono (2014: 159) menegaskan bahwa pemilihan lokasi harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, fasilitas parkir, lingkungan sekitar, dan keberadaan pesaing.

Kualitas pelayanan juga turut menciptakan minat konsumen yang positif. Perilaku baik dari lembaga dan stafnya dapat mempengaruhi sikap konsumen serta memengaruhi psikologis dalam proses pembelian. Kualitas pelayanan tercermin dari sejauh mana pelayanan tersebut memenuhi harapan pelanggan (Puspitasari, 2019:158).

Selain lokasi dan kualitas pelayanan, faktor harga juga memiliki peran pada minat pengguna jasa kursus bahasa Inggris di Rumah Inggris Cilacap. Harga yang ditetapkan pada layanan tersebut akan berpengaruh pada minat pengguna jasa kursus. Ketika harga tinggi, minat cenderung rendah, sedangkan harga yang lebih terjangkau dapat meningkatkan minat pengguna jasa kursus (Kotler dan Armstrong, 2018:197). Di perkampungan dengan ekonomi yang cenderung rendah dan mayoritas bukan pegawai dengan penghasilan tetap, tarif kursus sebesar Rp.125.000,- di Rumah Inggris Cilacap dianggap mahal oleh masyarakat setempat.

Faktor lokasi yang kurang strategis, berada di dalam perkampungan, dapat menjadi penyebab stagnasi jumlah siswa di Rumah Inggris Cilacap. Hal ini menyebabkan minimnya pengetahuan masyarakat terhadap eksistensi lembaga tersebut. Perkembangan era digitalisasi yang semakin meningkat dan

kesadaran akan pentingnya kursus Bahasa Inggris seharusnya dapat memicu pertumbuhan jumlah siswa setiap periode. Namun, kendala lokasi Rumah Inggris Cilacap yang kurang terjangkau oleh masyarakat menjadi hambatan dalam peningkatan jumlah siswa.

Dalam setahun ini Rumah Inggris Cilacap menunjukkan tingkat pendapatan yang berfluktuasi. Hal tersebut dapat dilihat dari data pendapatan Rumah Inggris Cilacap selama 1 tahun terakhir. Berikut adalah data pendapatan Rumah Inggris Cilacap tahun 2022.

Tabel 1.1 Data pendapatan jasa kursus Bahasa Inggris Rumah Inggris Cilacap Tahun 2022

No.	Bulan	Pendapatan	Perubahan (%)
1.	Januari	Rp. 12.500.000	0%
2.	Februari	Rp. 12.500.000	0%
3.	Maret	Rp. 12.500.000	0%
4.	April	Rp. 10.000.000	-20%
5.	Mei	Rp. 11.000.000	10%
6.	Juni	Rp. 11.000.000	0%
7.	Juli	Rp. 12.000.000	9%
8.	Agustus	Rp. 12.000.000	0%
9.	September	Rp. 12.500.000	4%
10.	Oktober	Rp. 12.500.000	0%
11.	November	Rp. 12.500.000	0%

12.	Desember	Rp. 18.750.000	33%
Total		Rp. 149.750.000	

Sumber: Data Administrasi Rumah Inggris Cilacap

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi pada pendapatan Rumah Inggris Cilacap. Jumlah pendapatan tertinggi terjadi pada bulan Desember 2022 yang meningkat sebesar 33% dari bulan November 2022 karena adanya *Holiday Program* (program kursus bahasa Inggris saat liburan sekolah). Sedangkan pendapatan terendah terjadi pada bulan April 2022 yang menurun sebesar -20%. Penurunan pendapatan di Rumah Inggris Cilacap disebabkan oleh beberapa faktor seperti pindahnya siswa yang semula kursus atau siswa yang meminta libur kursus. Hal tersebut juga mempengaruhi tingkat pendapatan di Rumah Inggris Cilacap.

Adanya permasalahan terkait harga dan lokasi dalam memengaruhi minat pengguna menunjukkan pentingnya penelitian lebih mendalam terkait dampak harga dan lokasi terhadap minat pengguna jasa kursus Bahasa Inggris di Rumah Inggris Cilacap. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti tersebut maka peneliti akan melaksanakan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Pengguna Jasa Kursus Bahasa Inggris di Rumah Inggris Cilacap”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka di temukan sebuah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat pengguna jasa kursus Bahasa Inggris di rumah Inggris Cilacap?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat pengguna jasa kursus Bahasa Inggris di rumah Inggris Cilacap?
3. Apakah lokasi dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat pengguna jasa kursus bahasa Inggris di Rumah Inggris Cilacap?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas peneliti bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh terhadap minat pengguna jasa kursus Bahasa Inggris di rumah Inggris Cilacap.
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap minat pengguna jasa kursus Bahasa Inggris di rumah Inggris Cilacap.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan harga secara simultan terhadap minat pengguna jasa kursus bahasa Inggris di Rumah Inggris Cilacap.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Pada pembahasan ini terfokus pada:

1. Pengaruh lokasi terhadap minat pengguna jasa kursus Bahasa Inggris di rumah Inggris Cilacap.

Penelitian ini akan memeriksa pengaruh lokasi terhadap minat pengguna jasa kursus Bahasa Inggris di Rumah Inggris Cilacap. Hal ini

mencakup sejauh mana faktor lokasi memengaruhi minat calon peserta kursus untuk bergabung dengan Rumah Inggris Cilacap. Penelitian akan mengeksplorasi apakah faktor-faktor seperti aksesibilitas lokasi, keamanan, atau faktor lingkungan mempengaruhi minat calon peserta untuk memilih kursus Bahasa Inggris di Rumah Inggris Cilacap.

2. Pengaruh harga terhadap minat pengguna jasa kursus Bahasa Inggris di rumah Inggris Cilacap.

Penelitian ini juga akan mengamati pengaruh harga terhadap minat pengguna jasa kursus Bahasa Inggris di Rumah Inggris Cilacap. Ini mencakup penilaian terhadap apakah faktor harga kursus, seperti harga pendaftaran atau harga pembelajaran, memengaruhi minat calon peserta untuk memilih atau tidak memilih Rumah Inggris Cilacap sebagai tempat untuk belajar Bahasa Inggris. Penelitian akan membantu untuk memahami sejauh mana faktor harga memainkan peran dalam menumbuhkan minat pengguna kursus.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
 - a. Memenuhi persyaratan kelulusan untuk meraih gelar Strata 1 (S1) dari Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali (UNUGHA) Cilacap.
 - b. Hasil penelitian menjadi acuan strategi pemasaran dalam berwirausaha.

2. Bagi Universitas

- a. Menjadi referensi perpustakaan dan bahan pembanding bagi peneliti lain yang menghadapi masalah serupa.

3. Manfaat Teoritis

- a. Potensi pengembangan penelitian untuk peningkatan kualitas.
- b. Mendukung teori-teori terkait keputusan penentuan harga jasa kursus berdasarkan lokasi.

4. Manfaat Praktis

- a. Memberikan landasan bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih baik.
- b. Kontribusi pada pengetahuan pemasaran terkait keputusan penyediaan layanan jasa kepada konsumen.