

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini dalam era globalisasi dan persaingan bebas ditandai dengan pesatnya perkembangan zaman dan ketatnya persaingan di segala bidang, khususnya persaingan dalam kualitas sumberdaya manusia. Sejalan dengan ketatnya persaingan yang ada, pendidikan mulai dirasa penting oleh masyarakat untuk menjamin masa depan mereka. Masyarakat merasa belum cukup hanya dengan menerima pendidikan formal saja, sehingga perlu menambahnya dengan pendidikan non formal.

Kemampuan berkomunikasi menggunakan bahasa Internasional khususnya bahasa Inggris hampir di setiap kehidupan modern menjadi syarat utama untuk menembus persaingan disegala bidang secara global. Kondisi tersebut menyebabkan kebutuhan komunikasi dengan menggunakan bahasa Inggris meningkat dan merupakan peluang emas bagi lembaga pendidikan bahasa non formal (Lembaga Bahasa Inggris).

Yogyakarta sebagai kota pelajar, dengan masyarakatnya yang pada umumnya berpendidikan, sangat tepat untuk mengembangkan diri dan membentuk sumberdaya manusia yang produktif, potensial, dan komunikatif, hal ini yang menyebabkan banyak didirikan lembaga pendidikan bahasa di kota ini.

Peningkatan jumlah lembaga pendidikan bahasa Inggris di Yogyakarta menyebabkan angka persaingan meningkat untuk meraih konsumen sebanyak-

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini dalam era globalisasi dan persaingan bebas, jinihah dan-nya secara berkemungkinan akan dan ketanya perantara di segala bidang khususnya perantara dalam kualitas sumberdaya manusia. Selain dari itu ketanya perantara yang ada pendidikan untuk masa depan yang lebih masmyat untuk menjamini masa depan mereka. Masyarakat merasa belum cukup hanya dengan menemikan pendidikan formal saja, sehingga perlu menambahkan dengan pendidikan non-formal.

Kemudian perkembangan menggunakan bahasa internasional khususnya bahasa Inggris banyak di setiap lembaga modern menjadi syarat utama untuk memasuki persaingan di segala bidang secara global. Kondisi tersebut menyebabkan kebutuhan komunikasi dengan menggunakan bahasa Inggris meningkat dan diperlukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan bahasa non formal (Empire

Bahasa Inggris)

Yogyakarta sebagai kota belajar dengan masyarakatnya yang pada umumnya berpendidikan sangat tinggi untuk mengembangkan diri dan memperluas sumber daya manusia yang produktif, potensial, dan komunikatif, hal ini yang menyebabkan banyak ditetapkannya pendidikan bahasa di kota ini.

Peningkatan jumlah lembaga pendidikan bahasa Inggris di Yogyakarta merupakan salah satu tantangan untuk meningkatkan kualitas sumberdaya

banyaknya. Agar dapat memenangkan persaingan dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang jitu yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, sehingga dapat memberikan manfaat yang menguntungkan, selain itu setiap lembaga pendidikan bahasa harus mampu membangun citra positif di kalangan konsumen, sehingga tercapai kepuasan konsumen yang tidak hanya terbatas pada pelayanannya saja, akan tetapi juga kualitas yang dihasilkan, supaya konsumen mau memilih lembaga bahasa tersebut, sebagai tempat menuntut ilmu.

Citra itu sendiri adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek. Sikap dan tindakan orang terhadap suatu obyek sangat ditentukan oleh citra obyek tersebut (Kotler, 1998). Menurut Osgood, Suai, dan Tannenbom dalam Bintoro (2001) citra dibentuk oleh tiga faktor utama yaitu evaluatif baik lawan buruk, aktif lawan pasif, pengaruh kuat lemah dan lain sebagainya. Definisi lain dikemukakan oleh Simamora dalam Rahayu (2002) bahwa citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan produknya. Suatu perusahaan yang ingin membangun citra positif melalui kualitas, maka persepsi dan penilaian konsumen terhadap kualitas yang ada akan membentuk citra perusahaan tersebut. Sebagai contoh, apabila satu perusahaan menawarkan produk dengan kualitas yang sangat bagus, maka konsumen akan mempunyai suatu keyakinan dan kesan positif pada perusahaan.

Citra terbentuk dari dua faktor yaitu komunikasi dan pengalaman konsumen selama mengkonsumsi barang atau jasa yang mereka beli. Pengaruh komunikasi mempunyai efek yang besar terhadap persepsi konsumen yang belum mempunyai pengalaman dengan organisasi. Hal itu juga berlaku untuk pengalaman juga

berhubungan dengan suatu organisasi dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu organisasi (Gronroos dalam Dwi S dan Anne, 2001)

Misi perusahaan yang telah dirumuskan sejak semula, selain memberi arah pencapaian tujuan ekonomis, juga dapat dijadikan sebagai masukan bagi masyarakat untuk mengembangkan citra yang baik tentang satu perusahaan (*Good Image*). Untuk keperluan ini, perusahaan lebih sering bersifat pro aktif, tidak dengan cara menunggu dan membiarkan proses pembentukan citra berjalan tanpa kendali. Oleh karena itu manajemen berusaha merumuskan harapannya tentang citra publik terhadap perusahaan didalam misi perusahaan (Suwarsono, 1996). Setiap perusahaan menawarkan ciri kekhususan yang direncanakan supaya produknya berbeda dan unggul dibanding pesaingnya, meskipun bergerak pada bidang yang sama.

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas dan mengingat pentingnya menciptakan citra yang baik dimata publik bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PERBANDINGAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS DI YOGYAKARTA”.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan pada judul tersebut, maka penulis membuat batasan masalah sebagai berikut :

1. Responden adalah siswa-siswi yang mengikuti pendidikan di lembaga pendidikan bahasa Inggris di Yogyakarta yang diteliti

perubahan dalam organisasi dalam membentuk persepsi karyawan

terhadap suatu organisasi (Gronoos dalam Dwi S dan Anne, 2001)

Atas perusahaan yang telah dimuliskan sejak semula, selain membuat arah
perhatian tujuan ekonomis, juga dapat dihalikan sebagai masukan bagi masyarakat
untuk mengembangkan cara yang baik tentang seni perusahaan (Good, 1972).
Untuk kebutuhan ini, perusahaan lebih sering berorientasi pada aspek-aspek
manajemen dan memperbaiki proses pembangunan cara belajar tanpa kendala. Oleh
karena itu manajemen berusaha meningkatkan kemampuan tenaga kerja publik
terhadap perusahaan di dalam (Schwartz, 1988). Setiap
perusahaan menawarkan cara-kelompok yang disesuaikan sebagai produknya
berbeda dan unggul, dibanding pesaingnya. Meskipun begitu, pada bidang yang
sama.

Perusahaan dan unit lain belumlah biasa dan menjadi keunggulan
menciptakan cara yang baik dalam praktik bagi perusahaan, maka penulis tertarik
untuk melakukan penelitian dengan judul "ANALISIS PERAN MANAJEMEN CIVIL
LEMBAGA PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS DI LOGG AKARTA."

B. Batasan Penelitian

Penelitian ini akan membahas tentang peran lembaga pendidikan bahasa Inggris

sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan membahas tentang peran lembaga pendidikan bahasa Inggris

yang diberikan pada tingkat di Yogyakarta yang diteliti

2. Variabel-variabel citra yang diteliti dari setiap lembaga pendidikan bahasa Inggris yaitu meliputi dimensi fasilitas fisik, dimensi kualitas, dimensi promosi dan dimensi pelayanan (Riana dan Retno, 2003).

C. Rumusan Masalah

Penulis merumuskan permasalahan berdasarkan uraian diatas sebagai berikut:

1. Bagaimana konsumen menilai citra lembaga pendidikan bahasa Inggris tempat dia belajar (berdasar variabel-variabel citra) ?
2. Apakah terdapat keunggulan citra yang berbeda dari lembaga pendidikan bahasa Inggris di Yogyakarta yang diperbandingkan (dilihat dari tingkat pengenalan-kesukaan konsumen pada lembaga dan isi spesifik citra dari masing-masing lembaga pendidikan) ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi penilaian konsumen terhadap lembaga pendidikan bahasa Inggris tempat mereka menuntut ilmu berdasar variabel-variabel citra.
2. Untuk mengidentifikasi tingkat keunggulan citra yang berbeda dari lembaga pendidikan bahasa Inggris di Yogyakarta dilihat dari tingkat pengenalan-kesukaan konsumen pada lembaga dan isi spesifik citra dari masing-masing lembaga pendidikan.

E. Manfaat Penelitian

Dari kegiatan penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat pada berbagai pihak, manfaat tersebut antara lain :

3. Variabel-variabel mana yang dipilih dan setiap lembaga pendidikan bahasa Inggris yang ingin diteliti, lakukan tes uji kualitas dengan promosi dan dimensi penelitian (Krisna dan Rono, 2003).

C. Rumusan Masalah

- 1. Bagaimana permasalahan permasalahan berdasarkan uraian diatas sebagai berikut:
- 1. Bagaimana konsumen melalui cara lembaga pendidikan bahasa Inggris sebagai variabel (berdasar variabel-variabel mana?)
- 2. Apakah terdapat keragaman cara yang berbeda dari lembaga pendidikan bahasa Inggris di Yogyakarta yang dibandingkan (dilihat dari tingkat penghasilan-konsumen-konsumen pada lembaga yang ini spesifik cara dan masing-masing lembaga pendidikan?)

D. Tujuan Penelitian

- 1. Untuk mengidentifikasi perilaku konsumen terhadap lembaga pendidikan bahasa Inggris yang terdapat dalam variabel-variabel mana.
- 2. Untuk mengidentifikasi tingkat keragaman cara yang berbeda dari lembaga pendidikan bahasa Inggris di Yogyakarta dilihat dari tingkat penghasilan-konsumen-konsumen pada lembaga yang ini spesifik cara dan masing-masing lembaga pendidikan.

E. Manfaat Penelitian

Dari kegiatan penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat pada berbagai bidang manfaat tersebut antara lain:

1. Bagi Penulis

Merupakan tambahan pengalaman yang berharga, melalui kesempatan menerapkan teori-teori yang diperoleh dari bangku kuliah kedalam praktek yang sesungguhnya.

2. Bagi Lembaga Bahasa Inggris

Sebagai sumber informasi mengenai variabel-variabel pemasaran mana yang unggul dan yang kalah jika dibandingkan dengan lembaga pendidikan bahasa lain, dengan cara melihat hasil perbandingan citra dari beberapa lembaga pendidikan bahasa yang diperbandingkan.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai landasan dan bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang akan

1. Bagi Penulis

Melalui kegiatan penelitian yang berlangsung melalui kesempatan ini diharapkan terdapat hal-hal yang dapat dijadikan acuan yang bermanfaat bagi penulis.

2. Bagi Lembaga Bahasa Inggris

Sebagai sumber informasi mengenai variabel-variabel komposisi mana yang unggul dan yang kurang bisa dibandingkan dengan lembaga pendidikan bahasa lain dengan cara melihat hasil pembelajaran atau dari beberapa lembaga pendidikan bahasa yang dibandingkan.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai landasan dan bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang akan mengadakan penelitian serupa.