

**ANALISIS PERILAKU PESERTA BELAJAR MENUNDA/BERHENTI BELAJAR
DAN STRATEGI PEMASARAN DI LBPP-LIA BANJARMASIN**

Muhammad Maladi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Banjarmasin
Jalan Brigjend H. Hasan Basry No. 9 - 11 Kayutangi Banjarmasin 70123

Artikel info

Keywords: factor analysis,
postpone, quit

Abstract

The research is to reveal the reasons why some students postpone or quit studying at LBPP-LIA Banjarmasin and at the same time to find out if the marketing strategy that has been practiced at LBPP-LIA is effective or not in attracting more students to study English there. We have sampled 100 students mostly from high school and college students and employees. This research is considered to be descriptive research that is to analyze the factors that make students postpone or quit studying at LBPP-LIA by using Factor Analysis. The research reveals that LBPP-LIA is very well trusted by the public and very reliable to give quality training in English language and it is supported by its fine facilities in that students feel proud to be there. English is considered getting more and more important so the money they spend for the course worth something. The course is very well established that makes promotion will only a tool to remind potential students to join the course.

PENDAHULUAN

Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional LIA atau biasa disingkat dengan LBPP-LIA Banjarmasin adalah salah satu cabang kerjasama kursus Bahasa Inggris dari LBPP-LIA pusat yang berkedudukan di Jakarta. Lembaga ini merupakan lembaga yang memberikan pendidikan informal yang terbesar dan tersebar di Indonesia. LBPP-LIA Banjarmasin pada tahun 2010 mendapat akreditasi A, secara nasional LBPP-LIA merupakan sebuah Lembaga Kursus dan Lembaga bahasa terbaik di seluruh Indonesia dengan jumlah peserta belajar aktif sekitar 120.000 yang tersebar di 60 gerai LBPP-LIA di seluruh Indonesia.

Pada awalnya jumlah peserta belajar hanya berjumlah 300 orang kemudian di pertengahan tahun 1990 jumlahnya meningkat menjadi 600 orang kemudian 1998 meningkat lagi menjadi 1000 orang dan mulai tahun 2006 sampai sekarang jumlahnya berkisar pada 1920 – 2000 orang.

Setiap satu periode belajar atau *term* (selama 44 Jam/2,5 bulan) diadakan penerimaan siswa melalui *Placement Test* atau test penempatan untuk mengetahui kemampuan calon siswa untuk ditempatkan di tingkat tertentu. Biasanya terdapat rata-rata sekitar 200-300 calon peserta belajar yang mengikuti *placement test* yang diadakan per triwulan atau per term dan kemudian menjadi siswa baru di LBPP-LIA Banjarmasin, namun jumlah peserta belajar bertahan dikisaran 1800 - 2000 orang.

Jumlah peserta belajar yang mengikuti test masuk di LBPP-LIA Banjarmasin meningkat dengan jumlah yang sangat signifikan untuk ukuran sebuah pendidikan informal namun juga diimbangi dengan jumlah peserta belajar yang *postpone* (menunda) setelah menyelesaikan level tertentu atau *drop-*

out (berhenti) dan *graduate* (lulus) sehingga jumlah peserta belajarnya tidak mengalami kenaikan yang begitu signifikan dan bertahan dikisaran 1800 – 2050 orang.

Dari tabel 1 dapat dilihat untuk tahun 2008 terdapat 360 siswa baru dan 255 siswa yang keluar. Tahun 2009, 316 siswa baru dan 225 siswa yang keluar, pada tahun 2010 terdapat 370 siswa baru sedangkan yang keluar sebanyak 274 siswa dengan alasan menunda, berhenti atau memang karena mereka telah menyelesaikan level atau program tertentu.

Untuk term ini saja yaitu pada bulan Januari-Maret terdapat 179 siswa yang tidak melanjutkan ke level berikutnya atau *drop-out* ditengah jalan, 68 yang telah lulus. Untunglah pada term lalu lembaga ini mendapatkan 335 peserta belajar baru yang bergabung sehingga tidak terdapat pengaruh signifikan dengan hilangnya 247 siswa lama.

Keadaan inilah membuat penulis ingin meneliti lebih jauh lagi perilaku peserta belajar menunda atau berhenti belajar di LBPP-LIA Banjarmasin, karena pihak manajemen sendiri tidak melihat ini sebagai potensi masalah karena masih ada kelebihan antara peserta belajar yang keluar dan yang masuk sejumlah 88 orang.

Mengetahui perilaku konsumen adalah problem mendasar ketika akan menentukan strategi bauran pemasaran. Dengan mengenal konsumen akan dipahami karakteristik pembeli maupun bagaimana seseorang pembeli membuat keputusannya serta berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku mereka dalam mengambil keputusan atas pembelian suatu produk/jasa (Kotler,1994).

Sementara menurut Laudon dan Bitta (1993) menjelaskan bahwa faktor yaitu lingkungan eksternal seperti faktor budaya, sub budaya, kelas sosial, kelompok sosial, keluarga, personal dan faktor-faktor lainnya.

Tabel 1. Jumlah Siswa Baru dan Siswa Menunda, Berhenti, Lulus pada Tahun 2008-2010

Program	Siswa Baru 2008	Siswa Postpone, DO,Grad	Siswa Baru 2009	Siswa Postpone, DO,Grad	Siswa baru 2010	Siswa Postpone, DO,Grad
GE	260	200	240	170	270	200
CV	60	35	50	30	60	40
TOEFL	40	20	26	25	40	34
Total	360	255	316	225	370	274

Sumber: LBPP-LIA Banjarmasin

Tabel 2. Jumlah Siswa yang Postpone, Drop-out dan Graduate pada Term 1 (Januari – Maret 2011)

Program	Postpone	Drop Out	Graduate	Total
GE	136	20	40	196
CV	12	4	20	36
TOEFL	5	2	8	15
	153	26	68	247

Sumber : LBPP-LIA Banjarmasin

Dari lingkungan internal yang meliputi faktor pemrosesan informasi, belajar dan ingatan, kepribadian, sikap, motivasi, serta keterlibatan. Intensitas faktor-faktor tersebut akan berbeda ketika jenis produk atau jasa yang akan dibelinya juga berbeda.

Berdasarkan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa hal: (1) Mengapa banyak peserta belajar yang menunda atau berhenti untuk meneruskan ke tingkat berikutnya?; (2) Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi perilaku peserta untuk menunda atau berhenti belajar di LBPP-LIA Banjarmasin?; (3) Faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi perilaku peserta belajar untuk menunda atau berhenti belajar di LBPP-LIA Banjarmasin?; (4) Strategi pemasaran apakah yang telah digunakan oleh pihak LBPP-LIA?

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di LBPP-LIA Banjarmasin dengan alamat Jl. Gatot

Subroto No. 1 Banjarmasin Telp. 0511-3254481.

Penelitian pendahuluan atau pre-survei dilakukan selama bulan Juli sampai dengan September 2010 sedangkan penelitian utamanya dilaksanakan pada bulan September hingga bulan Desember 2010.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta belajar di LBPP-LIA Banjarmasin yang memilih program General English (GE) dengan jumlah 1200 siswa. Alasan untuk memilih program GE ini karena *General English* adalah program yang paling banyak diminati oleh peserta belajar atau 60% peserta belajar di LBPP-LIA memilih program GE ini.

Jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 50 responden yang terdapat dalam populasi tersebut. Dimana menurut Arikunto (2002, 112) jika populasi lebih dari 100 orang maka diambil sampai 5%-10% atau 20%-30% dari jumlah populasi. Sedangkan menurut Guildford (1987, 125) jumlah sampel yang diambil adalah lebih besar dari persyaratan

minimal sebanyak 30 responden dimana semakin besar sampel akan memberikan hasil yang lebih akurat.

Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah: (a) Interview, yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan responden dengan bantuan daftar pertanyaan untuk mengumpulkan data primer; (b) Kuesioner, yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis pada responden untuk menjawab; (c) Observasi, yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.

Analisis Data

Reliabilitas konsep dasarnya adalah konsistensi atau kehandalan. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan atau pertanyaan instrumen penelitian konsisten dari waktu ke waktu (Arikunto, 2002; Ghozali, 2006; Indriantoro dan Supomo, 1999). Uji reliabilitas yang digunakan adalah reliabilitas konsistensi internal, yaitu konsistensi diantara butir-butir pernyataan atau pertanyaan dalam suatu instrumen. Tingkat keterkaitan antar butir pernyataan atau pertanyaan dalam suatu instrumen untuk mengukur konstruk tertentu menunjukkan tingkat reliabilitas konsistensi internal instrumen yang digunakan. Uji statistik yang digunakan adalah *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel akan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Nunnally, 1960 dalam Ghozali, 2006).

Validitas esensinya adalah akurasi. Suatu pengukur dikatakan valid jika instrumen

tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji Validitas menggunakan korelasi antar skor butir pernyataan, dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel untuk *degree of freedom* ($df = n - 2$) (Ghozali, 2006), dengan tingkat signifikansi/*alpha* 5%. Pengujian dari tampilan output *Cronbach Alpha* pada kolom *Corrected Item - Total Correlation* dibandingkan dengan r-tabel. Jika r-hitung lebih besar dari r-tabel dan nilai positif maka pernyataan atau indikator atau butir tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika r-hitung lebih kecil dari r-tabel dan atau nilai negatif maka pernyataan atau indikator atau butir tersebut dinyatakan tidak valid.

Analisis Faktor

Analisis faktor adalah suatu cara secara statistik untuk meringkas informasi yang ada dalam variabel asli menjadi satu set dimensi baru atau *variate* (*factor*). Analisis faktor dapat dilakukan untuk mengeksplorasi variabel asli menjadi variabel yang jumlahnya semakin sedikit atau mencari pengelompokan baru dari variabel asli (*Exploratory Factor Analysis*) (Ghozali, 2006 dan Solimun, 2002).

Asumsi analisis faktor adalah matrik data harus memiliki korelasi yang cukup agar dapat dilakukan analisis faktor. Uji yang dapat digunakan adalah menggunakan *Bartlett Test of Sphericity*, jika hasilnya signifikan (dibawah 0,05) berarti matrik korelasi memiliki korelasi signifikan dengan sejumlah variabel. Uji lainnya adalah menggunakan *Measure of Sampling Adequacy* (MSA). Nilai MSA bervariasi dari 0 sampai 1, jika nilai MSA lebih besar dari 0,50 maka analisis faktor dapat dilakukan (Ghozali, 2006).

Untuk memperjelas pernyataan atau indikator atau variabel yang masuk ke dalam faktor adalah dengan rotasi faktor. Metode rotasi faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rotasi Orthogonal dengan

pendekatan Varimax. Metode ini digunakan karena diinginkan mengurangi jumlah pernyataan atau indikator atau variabel asli (awal) atau sesuai dengan tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor apakah yang mempengaruhi perilaku peserta belajar untuk menunda atau berhenti belajar dan faktor dominan yang mempengaruhi perilaku peserta belajar untuk menunda atau berhenti belajar di LBPP-LIA Banjarmasin. Sedangkan nilai ekstraksi untuk menjadi faktor adalah nilai *eigen value* lebih besar dari 1 dan *loading factor* di atas 0,55 (Hair dkk, 1998 dan Ghozali, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini diperoleh informasi mengenai karakteristik responden dari segi usia, dapat dilihat usia responden yang diambil mulai dari 16 tahun hingga lebih dari 40 tahun. Sebagian besar responden berada pada usia kisaran 16-19 tahun dengan prosentase 55% disusul oleh usia 20-24 tahun sebanyak 55%. Dari data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar siswa LBPP-LIA berada pada usia dimana mereka sedang menempuh bangku SMA dan Perguruan Tinggi.

Karakteristik responden dilihat dari jenis kelamin, 58% responden adalah wanita dan sedangkan 42% responden adalah pria. Memang secara keseluruhan jumlah siswa berjenis kelamin wanita lebih banyak daripada pria.

Dilihat dari jenis Pekerjaan, jumlah responden yang tertinggi adalah pelajar SMA sebanyak 40% diikuti oleh mahasiswa sebanyak 26% dan jumlah terkecil adalah wiraswasta, yaitu sebanyak 9%.

Berdasarkan durasi siswa yang belajar di LBPP-LIA, 40% belajar masih dibawah 1 tahun disusul oleh siswa yang telah belajar selama 2 hingga 3 tahun yang berjumlah 25%. Sedangkan yang paling sedikit adalah kelompok yang telah belajar selama 4 tahun atau sekitar 12%.

Analisis Deskriptif

Distribusi dari masing masing kategori tanggapan responden untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Faktor Kebudayaan (X_1)

Variabel tanggapan responden terhadap faktor kebudayaan ini diukur melalui 9 buah pertanyaan dan hasil tanggapan responden variabel faktor kebudayaan dapat dijelaskan dalam tabel 3.

Tanggapan responden seperti yang dapat dilihat di tabel 3 menunjukkan untuk pertanyaan 1 tentang pentingnya menguasai bahasa Inggris 86% responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut, untuk pertanyaan 2 tentang pentingnya untuk mendapatkan sertifikat nasional di LBPP-LIA ada 66% responden yang menjawab sangat setuju. Sedangkan untuk pertanyaan 9 tentang pentingnya penguasaan bahasa Inggris untuk kegiatan bisnis sehari-hari 62% responden menyatakan sangat setuju.

Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Faktor Sosial (X_2)

Variabel tanggapan responden mengenai pengambilan keputusan dilihat dari faktor sosial, diukur melalui 9 buah pertanyaan dan hasil tanggapan responden variabel faktor sosial dapat dijelaskan dalam tabel 4.

Tabel 3. Tanggapan Responden terhadap Faktor Kebudayaan (X_1)

No	Pertanyaan (Indikator)	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	X1. 1-1	0	2	8	4	86	100
2	X1. 1-2	8	4	0	22	66	100
3	X1. 1-3	26	18	40	12	4	100
4	X1 2-1	52	18	22	2	6	100
5	X1 2-2	44	10	30	10	6	100
6	X1 2-3	2	6	38	34	20	100
7	X1 2-4	2	6	28	40	24	100
8	X1 3-1	12	2	4	28	54	100
9	X1 3-2	4	4	10	20	62	100

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4. Tanggapan Responden terhadap Faktor Sosial (X_2)

No	Pertanyaan (Indikator)	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	X2. 1-1	12	14	42	18	14	100
2	X2. 1-2	0	6	12	24	58	100
3	X2. 1-3	4	0	28	20	48	100
4	X2 2-1	22	8	24	24	22	100
5	X2 2-2	8	4	46	40	2	100
6	X2 3-1	2	2	14	28	54	100
7	X2 3-2	4	6	18	28	44	100
8	X2 3-3	26	22	22	20	10	100
9	X2 3-4	48	24	12	22	4	100

Sumber: data primer, diolah

Tabel 5. Tanggapan Responden terhadap Faktor Pribadi (X_3)

No	Pertanyaan (Indikator)	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	X3. 1-1	6	22	40	22	10	100
2	X3. 1-2	24	14	32	16	14	100
3	X3. 1-3	22	12	36	12	18	100
4	X3 2-1	30	22	24	20	4	100
5	X3 2-2	18	28	34	12	8	100
6	X3 2-3	0	6	30	30	34	100
7	X3 3-1	0	2	22	34	42	100
8	X3 3-2	0	2	18	32	48	100
9	X3 3-3	0	0	24	32	44	100
10	X3 3-4	0	0	22	36	42	100

Sumber: data primer, diolah

Tanggapan responden seperti yang dapat dilihat pada tabel 4 menunjukkan untuk

pertanyaan 2 tentang akselerasi sekolah dan promosi di kantor 58% responden sangat se-

tuju dengan pernyataan tersebut, untuk pertanyaan 3 tentang pentingnya bahasa Inggris untuk memenangkan persaingan ada 48% responden yang menjawab sangat setuju. Sedangkan untuk pertanyaan 6 tentang pentingnya penguasaan bahasa Inggris untuk peningkatan status komunitas pelajar 54% responden menyatakan sangat setuju.

Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Faktor Pribadi (X_3)

Variabel tanggapan responden mengenai pengambilan keputusan dilihat dari faktor pribadi (X_3) ini diukur melalui 10 buah pertanyaan dan hasil tanggapan responden variabel faktor Pribadi dapat dilihat pada tabel 5.

Tanggapan responden seperti yang dapat dilihat pada tabel 5 menunjukkan untuk pertanyaan 8 tentang materi pelajaran yang sangat baik diberikan di LBPP-LIA 44% responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut, untuk pertanyaan 9 tentang motivasi dari lingkungan untuk belajar bahasa Inggris ada 44% responden yang menjawab sangat setuju. Sedangkan untuk pertanyaan 10 tentang reliabilitas LBPP-LIA sebagai tem-

pat belajar bahasa Inggris 44% responden menyatakan sangat setuju.

Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Faktor Psikologi (X_4)

Variabel tanggapan responden mengenai pengambilan keputusan dilihat dari faktor psikologi ini diukur melalui 12 buah pertanyaan dan hasil tanggapan responden variabel faktor psikologi dapat dijelaskan pada tabel 6.

Tanggapan responden seperti yang dapat dilihat pada tabel 6 menunjukkan untuk pertanyaan 1 tentang lingkungan seperti keluarga, sekolah dan rekan kerja yang mendukung belajar bahasa Inggris ada 42% responden setuju dengan pernyataan tersebut, untuk pertanyaan 5 tentang sebagian besar lowongan kerja yang tersedia mensyaratkan penguasaan bahasa Inggris terdapat 52% responden yang menjawab sangat setuju. Sedangkan untuk pertanyaan 9 tentang metode pengajaran autonomous learning yang diberikan di LBPP-LIA 48% responden menyatakan netral dan 32% setuju.

Tabel 6. Tanggapan Responden terhadap Faktor Psikologi (X_4)

No	Pertanyaan (Indikator)	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	X4. 1-1	2	6	20	42	30	100
2	X4. 1-2	16	18	38	18	10	100
3	X4. 1-3	34	36	10	10	10	100
4	X4 2-1	8	4	22	28	38	100
5	X4 2-2	0	0	14	34	52	100
6	X4 2-3	46	22	18	8	6	100
7	X4 3-1	46	24	14	8	8	100
8	X4 3-2	30	28	26	14	2	100
9	X4 4-1	4	8	48	32	8	100
10	X4 4-2	32	34	22	6	6	100
11	X4 4-3	2	2	38	44	14	100
12	X4 4-4	2	6	32	36	24	100

Sumber: data primer, diolah

Tabel 7. Tanggapan Responden terhadap Faktor Produk (X_5)

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	X5. 1-1	0	0	22	48	30	100
2	X5. 1-2	0	0	24	48	28	100
3	X5. 1-3	0	0	24	48	28	100

Sumber: data primer, diolah

Tabel 8. Tanggapan Responden terhadap Faktor *Price/Biaya* Kursus (X_6)

No	Pertanyaan (Indikator)	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	X6. 1-1	6	24	32	22	16	100
2	X6. 1-2	12	10	34	36	8	100
3	X6. 1-3	4	4	38	28	26	100
4	X6 2-1	6	22	38	18	16	100
5	X6 2-2	4	8	46	24	18	100
6	X6 2-3	10	18	34	14	24	100

Sumber: data primer, diolah

Tabel 9. Tanggapan Responden terhadap Faktor Promosi (X_7)

No	Pertanyaan (Indikator)	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	X7. 1-1	14	32	32	16	6	100
2	X7. 1-2	12	24	16	26	22	100
3	X7. 1-3	6	0	54	28	12	100
4	X7 2-1	2	4	38	34	22	100
5	X7 2-2	4	4	28	32	32	100
6	X7 2-3	32	30	28	6	4	100

Sumber: data primer, diolah

Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Faktor Produk (X_5)

Variabel tanggapan responden mengenai pengambilan keputusan dilihat dari faktor produk ini diukur melalui 3 buah pertanyaan dan hasil tanggapan responden variabel faktor produk dapat dijelaskan dalam tabel 7.

Tanggapan responden seperti yang dapat dilihat pada tabel 7 menunjukkan untuk pertanyaan 1 tentang lingkungan seperti *compatibility* atau kecocokan program yang dipilih terdapat 48% responden setuju dengan pernyataan tersebut, untuk pertanyaan

2 tentang suka atau tidak sukanya siswa dengan materi pelajaran yang diberikan 48% Setuju dan 28 % sangat setuju.

Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Faktor *Price/Biaya* Kursus (X_6)

Variabel tanggapan responden mengenai pengambilan keputusan dilihat dari faktor biaya kursus (X_6) diukur melalui 6 buah pertanyaan dan hasil tanggapan responden variabel faktor biaya kursus dapat dilihat dalam tabel 8.

Tanggapan responden seperti yang dapat dilihat di tabel 8 menunjukkan untuk

pertanyaan 2 tentang biaya kursus yang lebih mahal dibandingkan tempat kursus lain hanya ada 36% responden setuju dengan pernyataan 34% netral, pertanyaan 3 tentang biaya kursus yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh 28% responden yang menjawab setuju dan 26% lainnya sangat setuju. Sedangkan untuk pertanyaan 5 tentang program beasiswa/*outstanding students* 48% netral dan 24% setuju bahwa program tersebut dapat memotivasi mereka belajar lebih giat.

Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Faktor Promosi (X₇)

Variabel tanggapan responden mengenai pengambilan keputusan dilihat dari faktor promosi (X₇), diukur melalui 6 buah pertanyaan dan hasil tanggapan responden variabel faktor promosi dapat dilihat dalam tabel 9.

Tanggapan responden seperti yang dapat dilihat pada tabel 9 menunjukkan untuk pertanyaan 1 tentang iklan surat kabar 32% tidak setuju dan 32% netral bahwa me-

reka mengetahui tentang kursus LBPP-LIA dari iklan surat kabar, pernyataan 3 tentang LBPP-LIA sudah sangat *established* ditanggapi 54% netral dan 28% setuju dengan pernyataan tersebut 0% orang yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Faktor *Place*/Lokasi (X₈)

Variabel tanggapan responden mengenai pengambilan keputusan dilihat dari faktor *Place* (X₈) ini diukur melalui 3 buah pertanyaan dan hasil tanggapan responden variabel faktor *place* dapat dapat dilihat dalam tabel 10.

Tanggapan responden seperti yang dapat dilihat di tabel 10 menunjukkan untuk pertanyaan 1 tentang lokasi yang sangat strategis 48% responden menjawab netral dan 30% sangat setuju dengan pernyataan tersebut, untuk pertanyaan 2 tentang lokasi yang berada dilingkungan yang kondusif 48% menyatakan netral, 24% setuju dan 20% sangat setuju.

Tabel 10. Tanggapan Responden terhadap Faktor *Place*/lokasi (X₈)

No	Pertanyaan (Indikator)	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	X8. 1-1	4	0	48	18	30	100
2	X8. 2-1	6	8	42	24	20	100
3	X8. 2-2	24	18	16	28	14	100

Sumber: data primer, diolah

Tabel 11. Tanggapan Responden terhadap Faktor *Physical Evidence* (X₉)

No	Pertanyaan (Indikator)	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
1	X9. 1-1	0	10	42	24	24	100
2	X9. 1-2	0	2	22	36	40	100
3	X9. 2-1	0	4	24	28	44	100
4	X9 3-1	32	0	22	22	24	100
5	X9 3-2	48	4	24	4	20	100

Sumber: data primer, diolah

Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Faktor *Physical Evidence* (X_9)

Variabel tanggapan responden mengenai pengambilan keputusan dilihat dari faktor *physical evidence* (X_9) diukur melalui 5 buah pertanyaan dan hasil tanggapan responden variabel faktor bukti fisik dapat dilihat dalam tabel 11.

Tanggapan responden seperti yang dapat dilihat pada tabel 11 menunjukkan untuk pertanyaan 1 tentang gedung LBPP-LIA adalah gedung terbaik di daerah ini 42% responden menjawab netral, 24% menjawab sangat setuju dan 24% lainnya sangat setuju. Pernyataan 2 tentang ruang kelas yang sejuk, bersih dan nyaman 40% sangat setuju, 36% setuju dan 24% netral dan hanya 4% yang tidak setuju. Sedangkan tempat parkir yang luas, aman dan nyaman 44% sangat setuju, 28% setuju.

Pembahasan

Faktor Produk dan *Physical Evidence*

Hasil penelitian menunjukkan LBPP-LIA dipilih menjadi tempat kursus bahasa Inggris karena kepercayaan publik akan kualitas guru, materi, silabus dan metode pengajaran yang dipercaya sangat mutakhir dan baik. Disamping itu Program yang ditawarkan juga sangat variatif seperti program GE, CV, TOEFL yang dapat mengakomodir keperluan peserta belajarnya sesuai dengan keperluan mereka. Yang terakhir adalah kenyamanan ruang belajar yang sejuk, bersih dan nyaman.

Faktor Budaya

Para responden menyatakan bahwa penting sekali bagi mereka untuk menguasai bahasa Inggris apapun jenis pekerjaan mereka seperti pelajar, mahasiswa, karyawan pemerintah atau swasta dan wiraswasta untuk dapat meningkatkan status dan prestise mereka sehingga akan mendukung da-

lam aktivitas mereka sehari-hari baik formal maupun informal. Gelar sarjana yang mereka miliki juga tidak terasa lengkap kalau tidak dibarengi dengan kemampuan berkomunikasi berbahasa Inggris dan yang tidak kalah pentingnya adalah mendapatkan sertifikat bertaraf nasional dan internasional seperti sertifikasi TOEFL atau TOEIC.

Faktor Harga atau Biaya Kursus

Penelitian ini membuktikan bahwa biaya kursus yang ditawarkan kepada siswa LBPP-LIA sangat terjangkau oleh mereka ataupun sponsor yang membiayai kursus mereka. Biaya yang dikeluarkan tersebut juga dianggap sepadan dengan hasil yang diperoleh atau mereka telah membuktikan adanya kemajuan dalam belajar bahasa Inggris. Program *student get student* dan *discount* yang diberikan juga diminati oleh siswa/i khususnya bagi para pelajar SMA yang sering mengajak temannya untuk kursus di LBPP-LIA.

Faktor Sosial

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa bahasa Inggris semakin hari semakin dianggap penting karena hampir semua lowongan kerja untuk *white collar worker* mewajibkan pelamar untuk menguasai bahasa Inggris baik lisan maupun tulisan. Persaingan di tempat kerja juga untuk keperluan promosi bahasa Inggris dijadikan alat untuk seleksi pegawai yang dipromosikan.

Faktor Promosi

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa LBPP-LIA sudah sangat *established* atau mapan karena merek LIA yang sudah terasosiasi dengan tempat kursus bahasa Inggris. Disamping itu setiap tahunnya diadakan lomba-lomba seperti *newscasting*, *spelling bee*, *singing contest*, *English debate*, yang secara

tidak langsung berdampak positif terhadap institusi ini. Yang terakhir adalah promosi yang dilakukan oleh siswa sendiri tanpa mereka sadari karena mereka sering menggunakan bahasa Inggris dalam kegiatan sehari-hari mereka (*autonomous learner*) diluar kelas sehingga menarik perhatian orang lain untuk belajar bahasa Inggris.

Faktor Psikologi

Riset ini menunjukkan bahwa LBPP-LIA memiliki *brand image* yang sangat kuat sebagai tempat kursus bahasa Inggris yang sangat *reliable* atau sangat dapat diandalkan. Orang tua siswa sangat percaya dengan mengirim putra/putri mereka ke LBPP-LIA maka dipastikan setelah menempuh beberapa tingkatan mereka akan dapat mengatasi permasalahan dalam berkomunikasi dalam bahasa Inggris.

Faktor Lokasi

Menurut responden LBPP-LIA letaknya cukup strategis dan didukung oleh fasilitas parkir yang luas, nyaman dan aman (dilengkapi dengan cctv) sehingga para siswa merasa nyaman untuk belajar disana.

Faktor Pribadi

Responden juga menunjukkan bahwa LBPP-LIA dianggap mereka sebagai tempat kursus bergengsi atau prestisius sehingga mereka bangga menjadi salah satu siswa di LBPP-LIA.

PENUTUP

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan LBPP-LIA dipilih menjadi tempat kursus bahasa Inggris karena kepercayaan publik akan kualitas guru, materi, silabus dan metode pengajaran yang dipercaya sangat mutakhir dan baik. Disamping itu Program yang ditawarkan juga

sangat variatif seperti program GE,CV,TOEFL yang dapat mengakomodir keperluan peserta belajarnya sesuai dengan keperluan mereka. Yang terakhir adalah kenyamanan ruang belajar yang sejuk, bersih dan nyaman.

Para responden menyatakan bahwa penting sekali bagi mereka untuk menguasai bahasa Inggris apapun jenis pekerjaan mereka seperti pelajar, mahasiswa, karyawan pemerintah atau swasta dan wiraswasta untuk dapat meningkatkan status dan prestise mereka sehingga akan mendukung dalam aktivitas mereka sehari-hari baik formal maupun informal. Gelar sarjana yang mereka miliki juga tidak terasa lengkap kalau tidak dibarengi dengan kemampuan berkomunikasi berbahasa Inggris dan yang tidak kalah pentingnya adalah mendapatkan sertifikat bertaraf nasional dan internasional seperti sertifikasi TOEFL atau TOEIC.

Penelitian ini membuktikan bahwa biaya kursus yang ditawarkan kepada siswa LBPP-LIA biayanya sangat terjangkau oleh mereka ataupun sponsor yang membiayai kursus mereka. Biaya yang dikeluarkan tersebut juga dianggap sepadan dengan hasil yang diperoleh atau mereka telah membuktikan adanya kemajuan dalam belajar bahasa Inggris. Program *student get student* dan *discount* yang diberikan juga diminati oleh siswa/i khususnya bagi para pelajar SMA yang sering mengajak temannya untuk kursus di LBPP-LIA.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa bahasa Inggris semakin hari semakin dianggap penting karena hampir semua lowongan kerja untuk *white collar worker* mewajibkan pelamar untuk menguasai bahasa Inggris baik lisan maupun tulisan. Persaingan di tempat kerja juga untuk keperluan promosi bahasa Inggris dijadikan alat untuk seleksi pegawai yang dipromosikan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa LBPP-LIA sudah sangat *established* atau mapan karena merek LIA yang sudah terasosiasi dengan tempat kursus bahasa Inggris. Disamping itu setiap tahunnya diadakan lomba-lomba seperti *newscasting, spelling bee, singing contest, English debate*, yang secara tidak langsung berdampak positif terhadap institusi ini. Yang terakhir adalah promosi yang dilakukan oleh siswa sendiri tanpa mereka sadari karena mereka sering menggunakan bahasa Inggris dalam kegiatan sehari-hari mereka (*autonomous learner*) di luar kelas sehingga menarik perhatian orang lain untuk belajar bahasa Inggris.

Riset ini menunjukkan bahwa LBPP-LIA memiliki *brand image* yang sangat kuat sebagai tempat kursus bahasa Inggris yang sangat *reliable* atau sangat dapat diandalkan. Orang tua siswa sangat percaya dengan mengirim putra/putri mereka ke LBPP-LIA maka dipastikan setelah menempuh beberapa tingkatan mereka akan dapat mengatasi permasalahan dalam berkomunikasi dalam bahasa Inggris.

Menurut responden LBPP-LIA letaknya cukup strategis dan didukung oleh fasilitas parkir yang luas, nyaman dan aman (dilengkapi dengan cctv) sehingga para siswa merasa nyaman untuk belajar disana.

Responden juga menunjukkan bahwa LBPP-LIA dianggap mereka sebagai tempat kursus bergengsi atau prestisius sehingga mereka bangga menjadi salah satu siswa di LBPP-LIA

Saran

Sedikit sekali penelitian yang dilakukan di LBPP-LIA yang berhubungan dengan pemasaran, jadi penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar penelitian selanjutnya misalkan dengan menambah variabel lainnya dan

meneliti pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Penelitian ini hanya menganalisa atau mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan siswa/i menunda/berhenti kursus di LBPP-LIA tidak pada tingkatan faktor-faktor yang mempengaruhi siswa/i untuk memilih kursus di LBPP-LIA. Jadi diharapkan penelitian ini dapat ditingkatkan lagi sehingga didapatkan hasil penelitian yang lebih lengkap dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Lamb, Hair, Mc. Daniel, 2001. *Pemasaran* (terjemahan). Edisi Bahasa Indonesia, Jilid Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Fitriadi, Agus, 2003. *Analisis Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Keputusan dalam Pembelian pada UD Microcom di Banjarmasin*. Skripsi, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
- Kotler, Phillip and Keller, 2009. *Marketing Management*. 13th Edition, Pearson Edu.
- Kotler, Phillip and Gary, Amstrong, 2005. *Principle of Marketing*, 4th Edition, Pearson Edu.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran* (terjemahan). Edisi Millenium, jilid 1 PT Prenhallindo, Jakarta.
- Stanton, William J., 1996. *Prinsip Pemasaran* (terjemahan). Edisi 7, jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2005. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing, Malang, Jawa Timur.
- Tony Proctor, 2005. *Essential of Marketing*, Fourth Edition. Prentice Hall.