

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat, terutama di sektor jasa membuat banyaknya perusahaan jasa yang bermunculan saat ini dituntut untuk terus dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman. Perusahaan jasa harus terus bisa mengembangkan jasa layanannya. Jasa sendiri merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan, kesehatan, atau pemecahan atas masalah yang dimiliki konsumen (Arief.,2020). Salah satu cara perusahaan jasa untuk mengembangkan jasa layanannya adalah dengan cara mendesain barang dan jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. (Suryono *et al.*,2019)

Cara mengembangkan desain barang dan jasa pada Perusahaan adalah dengan menggunakan *service package*. Pemahaman mengenai *service package* sangat penting bagi seorang manajer jasa, agar dapat diperoleh gambaran mengenai karakteristik dan komponen jasa yang ditawarkan, unsur-unsur apa saja yang harus dipenuhi agar penyampaian dan kualitas jasa sesuai dengan harapan konsumen (Nurul Huda, 2016). Menurut Fitzsimmons *et al.* (2020) *service package* sendiri merupakan kumpulan barang dan jasa dengan informasi yang telah disediakan oleh perusahaan untuk diberikan kepada konsumen di suatu lingkungan. *Service package* terdiri dari lima fitur dengan pengalaman jasa sebagai intinya. Lima fitur tersebut adalah *supporting facility*,

facilitating goods, information, explicit service, dan implicit service.

Supporting facility atau fasilitas pendukung merupakan salah satu bagian dari *service package* dan merupakan bagian yang sangat penting dari sebuah perusahaan. Menurut Ginting dan Sasmita (2018) *Supporting facility* merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada pelanggan. *Supporting facilities* yang baik dapat meningkatkan layanan pelanggan dengan menyediakan fasilitas yang mendukung interaksi dan transaksi dengan pelanggan (Johnston *et al.*, 2012)

Facilitating goods atau barang-barang pendukung merupakan salah satu bagian dari *service package* juga dan merupakan bagian terpenting dari perusahaan. Lovelock dan Wirtz *et al.*, (2016) menyatakan bahwa *facilitating goods* mencakup segala barang fisik yang mendukung proses penyediaan layanan, seperti peralatan, bahan, atau barang-barang pendukung lainnya

Information atau informasi merupakan salah satu bagian dari *service package* yang penting bagi perusahaan. Informasi merupakan nilai yang diinginkan dari produk/jasa yang ditawarkan, pelanggan perlu untuk mengetahui informasi yang relevan terhadap produk/jasa tersebut, informasi yang disediakan harus akurat dan tepat waktu. Menurut Abdul Kadir dalam (Heriyanto, 2018) informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang.

Explicit service atau layanan eksplisit merupakan salah satu bagian *service package* selanjutnya. Layanan eksplisit merupakan segala manfaat

yang dapat diamati dan dirasakan dengan panca indera. Kriteria yang digunakan untuk menilai karakteristik ini pelatihan prsonel jasa, perlengkapan peralatan yang digunakan, konsistensi, dan ketersediaan jasa. (Fitzsimmons *et al.*, 2020)

Implicit service atau layanan implisit merupakan bagian dari *service package* yang terakhir. Layanan implisit merupakan manfaat psikologis yang hanya dirasakan oleh konsumen secara samar-samar. Kriteria yang digunakan untuk menilai karakteristik ini adalah sikap pelayanan, suasana, antrian, status, rasa ketenangan, privasi dan keamanan, dan kenyamanan. (Fitzsimmons *et al.*, 2020).

Salah satunya bisnis jasa yang marak bermunculan saat ini adalah Lembaga Bimbingan Belajar. Lembaga Bimbingan Belajar semakin marak bermunculan di era ini karena pendidikan formal yang diberikan kepada siswa di sekolah mempunyai waktu dan materi yang terbatas, sehingga banyak siswa yang mencari jam pelajaran tambahan di luar sekolah. Namun pada saat pandemi covid-19 banyak bisnis yang terkena dampak negatif. Salah satunya kualitas pendidikan yang menurun dikarenakan interaksi sosial yang dibatasi (Nurdelima Waruwu & Siti Zahra Permatasari 2018). Banyak Lembaga Bimbingan Belajar pada saat pandemi sepi peminat dikarenakan sistem pendidikan bergeser menjadi daring sebagai salah satu pemberlakuan kebijakan *physical distancing*.

Namun, pada Lembaga Bimbingan Belajar Ganesha Operation, Neutron, dan Brain Academy yang terletak di Jalan Bandung, Kota Malang yang

letaknya saling berjejer satu sama lain masih bisa tetap eksis di tengah pandemi. Pada Lembaga Bimbingan Belajar ini juga masih banyak peminatnya meskipun sedang pandemi. Berikut pra-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya kepada sembilan orang responden dari tiga Lembaga Bimbingan Belajar (Ganesha Operation, Neutron, Brain Academy). Para responden mempunyai aspek-aspek *service package* yang berbeda dalam memilih Lembaga Bimbingan Belajar. Aspek-aspek *service package* tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Aspek-aspek Pemilihan Konsumen

Indikator	Jumlah
Informasi	8
Konsistensi	7
Perkerja terlatih	7
Lokasi	6
Jumlah Paket Pembelajaran	6
Tepat waktu	6
Peralatan pendukung	5
Ketersediaan	5
Sikap pelayanan	5
Suasana	4

Sumber : Pra Penelitian Responden (diolah)

Dari tabel diatas dapat diketahui jika peserta didik mempunyai aspek-aspek yang berbeda dalam memilih Lembaga Bimbingan Belajar. Padahal Ganesha Operation, Neutron, dan Brain Academy mempunyai lokasi yang saling berjejer satu sama lain. Hal tersebut membuat pertanyaan apakah seluruh peserta didik pada LBB tersebut memperhatikan aspek-aspek paket jasa yang

ada pada LBB seperti lokasi LBB, dekorasi interior LBB, paket pembelajaran LBB, konsistensi pengajar, dsb. Apakah paket jasa yang ditawarkan oleh LBB sudah baik atau belum dan bagaimanakah pemahaman konsumen tentang *service package* pada Lembaga Bimbingan Belajar (Ganesha Operation, Brain Academy, Neutron). Sehingga permasalahan tersebut perlu dikaji dan dibahas lebih lanjut pada penelitian ini. Guna mengatasi permasalahan tersebut diperlukan sebuah metode khusus. Salah satu metode khusus yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode *k-means clustering*.

K-means clustering sendiri digunakan untuk mengelompokkan konsumen ke beberapa kelas dengan karakteristik yang sama dalam sekelompok dan memiliki karakteristik berbeda antar kelas. Menurut Apriyani and Sirait (2019) *K-Means Clustering* merupakan teknik cluster berbasis jarak yang berusaha mempartisi data kedalam beberapa *cluster*. Metode ini mempartisi data kedalam *cluster* menurut karakteristik yang dimiliki setiap data, setiap data yang memiliki karakteristik sama dikelompokkan kedalam satu *cluster* yang sama begitu juga dengan data yang mempunyai karakteristik berbeda dikelompokkan kedalam *cluster* lain. Dari latar belakang tersebut maka peneliti mengambil penelitian dengan judul **“ANALISIS SERVICE PACKAGE PADA LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR DI KOTA MALANG (GANESHA OPERATION, NEUTRON, BRAIN ACADEMY)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana *service package* pada Lembaga Bimbingan Belajar (Ganesha Operation, Neutron, Brain Academy) ?
2. Bagaimana pemahaman konsumen mengenai *service package* yang ada pada Lembaga Bimbingan Belajar ? (Ganesha Operation, Neutron, Brain Academy) ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan batasan masalah yaitu :

1. Penelitian dilakukan pada tiga lembaga bimbingan belajar yaitu Brain Academy, Neutron, dan Ganesha Operation yang berada di Jalan Bandung, Kecamatan Klojen, Kota Malang
2. Pada penelitian ini menggunakan kriteria *service package* menurut Fatzsimmons (2020)
3. Pada penelitian ini menggunakan metode *K-Mean Clustering*
4. Dilakukan pada tanggal 20 Agustus 2023 – 27 Agustus 2023

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari proposal ini yaitu :

1. Untuk mengetahui *service package* pada Lembaga Bimbingan Belajar (Ganesha Operation, Neutron, Brain Academy)

2. Untuk mengetahui pemahaman konsumen mengenai *service package* yang ada pada Lembaga Bimbingan Belajar ? (Ganesha Operation, Neutron, Brain Academy)

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka manfaat dari proposal ini yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan dan kontribusi pada pengelola Lembaga Bimbingan Belajar yang berkaitan dengan *service package* saat ini

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dapat menjadi Acuan dan Referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian lembaga bimbingan belajar yang berkaitan dengan *service package*.

