

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era teknologi dan komunikasi yang berkembang pesat seperti saat ini, sebagian besar orang tua dihadapkan pada berbagai macam jenis informasi serta beragam penawaran metode pendidikan anak usia dini atau biasa disebut PAUD, ada pendidikan yang bersifat komersil maupun non komersil yang menawarkan program-program untuk membantu proses tumbuh kembang dan kreativitas anak dibawah umur lima tahun. Masalahnya adalah semua informasi serta metode dan beragam kurikulum yang ditawarkan oleh lembaga-lembaga pendidikan usia dini (PAUD) tersebut dan belum tentu sesuai untuk anak-anak balita sekalipun mempunyai *brand* yang terkenal. Tidak sedikit orang tua belum dapat membedakan mana lembaga pendidikan yang benar-benar cocok membantu perkembangan anak dengan sistem pendidikan secara tepat serta sesuai dengan usia anak-anak itu sendiri.

Pertumbuhan otak pada anak usia dini akan mengalami perkembangan secara maksimal yakni 80% dari perkembangan otak orang dewasa secara keseluruhan. Maka demikian pentingnya pendidikan usia dini yang sering disebut masa *golden age*. usia tersebut adalah usia yang tepat untuk membentuk karakter seseorang. Hal inilah yang menyebabkan pendidikan anak usia dini menjadi pondasi yang kuat bagi tegaknya karakter bangsa dimasa depan.

Perbedaan metode pendidikan pada orang dewasa sangat berbeda dengan metode pendidikan pada anak-anak, metode montessori saat ini menjadi fenomena penawaran, yang menjadi *trend* didunia pendidikan. Dapat dilihat dinegara berkembang. Montessori lebih dikenal sebagai *brand*, yaitu sebuah *brand* yang menawarkan sebuah metode kurikulum dengan lima area wajib. Montessori diperkenalkan oleh seorang dokter wanita yaitu Maria montessori yang merupakan salah satu pendidik dari Itali. Metode montessori

merupakan suatu hasil dari sistem pendidikan yang digunakan “rumah anak-anak” yang bersumber dari pengalaman pedagogis dari maria montessori dengan anak-anak abnormal. Kemudian beliau mempresentasikan menjadi sebuah usaha panjang dan penuh pemikiran pada anak-anak normal. Metode montessori banyak menggunakan alat-alat pengantar untuk praktek dalam belajarnya dimana tujuannya agar mudah dipahami sesuai untuk ukuran usia anak, ditunjang dengan teknik-teknik metode motorik dan sensorial pada anak.

Sekolah untuk anak usia dini sudah banyak berdiri baik seperti paud, *playgroup* dan *kindergarten*. Salah satunya adalah sekolah berbasis metode montessori, saat ini *brand* sekolah montessori penerimaannya cukup positif diberbagai wilayah khususnya menengah keatas. Pada bulan september dua ribu empat belas telah berdiri sekolah *playgroup* dan *kindergarten* D’Chava montessori, yaitu sekolah *playgroup* dan *kindergarten* berbasiskan metode montessori. D’Chava montessori berdiri karena melihat peluang pangsa pasar perumahan kelapa dua dan islamik sekitar, daerah tersebut belum ada seekolah montessori dikarenakan mayoritas sekolah *playgroup* dan *kindergarten* didominasi sekolah muslim. Sekolah *playgroup* dan *kindergarten* D’Chava montessori terletak sangat strategis yaitu terletak di ruko didepan jalan raya kelapa dua sedangkan kompetitor sekolah lainnya terletak di dalam gang dalam perumahan.

Lokasi D’Chava montessori terletak diantara perumahan Kelapa Dua dan Islamik, mayoritas penduduknya adalah warga muslim yang cukup fanatik. sekolah *playgroup* dan *kindergarten* muslim mendominasi seperti sekolah taman kanak – kanak muslim Islamik, muslim cendekia, nurul islam, taman binar islamik dan sekolah non muslim seperti santo fedelis. Sebagian besar memberikan biaya masuk sekolah lumayan tinggi karena *brand* sekolah agama dan memang sekolah tersebut sudah berdiri cukup lama dibanding sekolah *playgroup* dan *kindergarten* D’Chava montessori.

Sekolah *playgroup* dan *kindergarten* D’Chava montessori memiliki intensi mendaftar yang masih rendah terlihat pada saat promosi “*OPEN HOUSE*” dibanding sekolah *playgroup* dan *kindergarten* montessori

diwilayah gading serpong. Dari data buku kunjungan tamu, hanya yang mengenal baik metode montessori saja yang mempunyai intensi mendaftar cukup tinggi sebagian banyak belum menegenal apa itu montessori.

Setelah di analisa alasan mengapa intensi mendaftar disekolah tersebut cukup rendah, padahal dibandingkan daerah lainnya sekolah montessori merupakan sekolah favorit dan sangat diminati saat ini. Masalahnya adalah sebagian besar warga sekitar mempunyai presepsi *brand image* bahwa sekolah montessori ini sekolah agama tertentu yaitu sekolah non muslim padahal pada kenyataannya sekolah montessori merupakan sekolah umum. Banyak pula yang berpresepsi sekolah *playgroup* dan *kindergarten* D'Chava montessori adalah sekolah yang mahal karena letak lokasi berada ruko jalan raya, sehingga calon orang tua murid agak segan berkunjung dan membuat intensi mendaftarnya rendah.

Montessori sebenarnya adalah sebuah bentuk metode pengajaran atau biasa disebut kurikulum montessori, dimana metode tersebut memiliki lima area wajib yaitu EPL (*exercise partical of life*) dimana mengajarkan anak murid dalam hal kemandirian dan *character building* yaitu dengan cara mengancing baju sendiri, memakai sepatu, mengambil dan menaruh tempat asalnya, menali sepatu, menyapu, membersihkan dan membuang sampah pada tempatnya, kedua yaitu *cultural* dimana anak dikenalkan dengan ilmu pengetahuan misalnya seperti matahari, bunga, planet, pakaian adat daerah, negara dan bendera. Ketiga yaitu *sensorial* dimana anak dilatih untuk mempertajam panca indera dalam mencium wangi-wangian buah, bunga, mendengar suara-suara yang halus dan keras, meraba benda yang halus dan kasar mengenal warna-warna, keempat yaitu *language* diajarkan cara berkomunikasi dengan bahasa inggris sehari-hari, mengenal huruf bahasa ingris dengan *sound phonix* dimana anak diajarkan mengenal huruf dari bunyi-bunyian pengucapan huruf.

Montessori juga menerapkan sistem pengenalan fenomena melalui bermain bebas untuk merangsang untuk berfikir dan berkontruksi menentukan pilihannya sendiri. Belajar membaca dan menulis secara *privat* karena didalam metode montessori standarisasi satu orang guru harus

memegang maksimal tujuh anak, dengan maksud agar guru dapat fokus terhadap muridnya serta dapat memonitor perkembangan anak tersebut karena pada dasarnya tingkat kemampuan anak cukup berbeda satu dengan yang lainnya, maka saat ini sebenarnya sekolah dengan *brand image* montessori lebih berkualitas dalam bidang jasa pendidikan.

Dari latar belakang masalah tersebut maka penulis ingin membuat penelitian, menganalisa menganalisa bentuk promosi *free trial* dan *price discount* apabila diberikan kepada calon orang tua murid dengan didukung *brand image* sebagai penunjang naiknya intensi mendaftar dengan pendekatan metode induktif. Penulis ingin mengetahui apakah sikap terhadap *free trial* dan *price discount* berpengaruh terhadap intensi dengan *brand image* sebagai pendukungnya, didasarkan dari data yang diperoleh dari sekolah D'Chava montessori dari setahun terakhir bahwa tamu yang datang sebenarnya peluang besar untuk menjadi murid D'Chava montessori namun kenyataannya hanya yang mengikuti promosi *free trial* yang mempunyai intensi mendaftar dan yang diberikan *price discount* yang mempunyai intensi mendaftar, sedangkan sianya 70% yang tidak mengikuti *free trial* tidak mempunyai intensi mendaftar jika semuanya bisa mengikuti promosi *free trial* diharapkan pengaruh *free trial* berperan sangat positif terhadap intensi mendaftar serta tambahan *price discount* yang ditawarkan kepada calon orang tua murid.

Tabel 1.1 Data kunjungan tamu di sekolah D'Chava Montessori

No	Bulan	Jumlah tamu walk in atau lewat tlp	Promo diskon yang ditawarkan	Jumlah tamu yang ikut free trial	Jumlah murid yang mendaftar
1	Oktober	21 orang	50%	3	3
2	November	13 orang	50%	3	3
3	Desember	8 Orang	50%	0	0
4	Januari	9 orang	35%+15%	4	1
5	Februari	13 orang	35%+15%	7	3
6	Maret	4 orang	35%+15%	3	2
7	April	8 orang	35%+10%	1	1
8	May	6 orang	35%+10%	3	4

*Sumber data sekolah D'Chava Montessori

Tabel 1.2 Data Kompetitor sekolah lain

No	Nama sekolah sejenisnya	Total Biaya Sekolah		Promo diskon uang pangkal	SPP bulanan	Promo <i>Free Trial</i>	Jumlah murid Tahun ajaran 2015/2016
		Playgroup	Kindergarten				
1	TK Nurul Islam (sekolah muslim)	Tidak ada	4.500.000,-	Ada	350.000,-	tidak ada	15
2	TK Muslim Cendekia (sekolah muslim)	Tidak ada	4.500.000,-	Tidak ada	500.000,-	ada	5
3	TK Santo Fidelis (sekolah agama katholik)	Tidak ada	5.500.000,-	Ada pergelombang	550.000,-	Ada	25
4	TK Taman Bidar Islamic School	Tidak ada	10.000.000,-	Tidak ada	650.000,-	Tidak ada	15
5	D'Chava Montessori	4.000.000,-	6.500.000,-	Gel-1 (sep-dec 50%) Gel-2(jan-mar 35%+15%) Gel-3 (35%)	455.000,-	Ada	18

*sumber data sekolah D'Chava Montessori

Untuk itulah maka penulis memberikan judul penelitian ini, adalah “**pengaruh sikap terhadap *free trial* dan *price discount* terhadap intensi mendaftar dengan moderasi *brand image*”**”

1.2 Identifikasi Masalah

Montessori merupakan metode kurikulum, sebagian besar orang menganggap montessori merupakan sebuah *brand*, namun untuk kalangan menengah kebawah khususnya di daerah Kelapa Dua Tangerang sekolah montessori dianggap sebagai *brand image* sekolah non muslim, maka intensi mendaftar sekolah tersebut rendah. untuk mengubah persepsi calon orang tua murid di daerah tersebut, maka perlu di rubah anggapan bahwa montessori sekolah agama tertentu dan sekolah yang mahal yang menjadikan montessori *brand image* yang negatif. Promosi yang kurang tepat dan sosialisasinya yang mungkin dapat menyebabkan rendahnya intensi mendaftar serta *brand image* yang salah diperoleh calon orang tua murid sekitar.

1.3 Batasan Masalah

Mengingat terbatasnya informasi, waktu dan biaya maka peneliti membatasi masalah penelitian sebagai berikut : fokus penelitian ini hanya pada variabel yang telah ditentukan dan penelitian ini adalah pengaruh sikap terhadap *free trial* dan *price discount* terhadap intensi mendaftar dengan moderasi *brand image*. Promosi yang tepat yang diterapkan di sekolah *playgroup* dan *kindergarten* D'Chava montessori di kelapa dua tangerang seperti melihat respon sikap terhadap *free trial* dan sikap terhadap *price discount*.

Adapun penelitian ini juga merupakan replikasi sebagian dari jurnal internasional yaitu "*Journal of public administration and Governnace* ISSN 2161-7104 2014, vol. 4 , no. 2 *The promotional tools and situational factor's impact on consumer buying behaviour and sales promotion*. Dimana perbedaannya adalah jika dalam jurnal internasional untuk mengetahui sikap *costumer* terhadap toko retail sedangkan penelitian ini pada jasa pendidikan, dan yang dipakai hanya dua variabelnya yaitu sikap terhadap *price discount* dan *free trial* terhadap niat beli. dan jurnal internasional "*The effect of brand images on purchase intention in catering industry* " oleh Chien – Hsiung Lin dengan variabel *brand image* terhadap intensi

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah yang akan dirumuskan adalah apakah pengaruh sikap terhadap *free trial* dan *price discount* terhadap intensi mendaftar dengan moderasi *brand image*: sebuah pendekatan induktif pada sekolah *playgroup* dan *kindergarten* D'Chava montessori di kelapa dua Tangerang yaitu sebagai berikut :

1. Apakah sikap terhadap *free trial* berpengaruh terhadap intensi mendaftar sekolah di *playgroup* dan *kindergarten* D'Chava montessori di Kelapa Dua Tangerang ?
2. Apakah sikap terhadap *price discount* berpengaruh terhadap Intensi mendaftar sekolah di *playgroup* dan *kindergarten* D'Chava montessori di

Kelapa Dua Tangerang?

3. Apakah *brand image* dapat mendukung sikap terhadap *free trial* terhadap meningkatnya intensi mendaftar sekolah di *playgroup* dan *kindergarten* D'Chava montessori di Kelapa Dua Tangerang?
4. Apakah *brand image* dapat mendukung sikap terhadap *price discount* terhadap meningkatnya intensi mendaftar sekolah di *playgroup* dan *kindergarten* D'Chava montessori di Kelapa Dua Tangerang?

1.5 Tujuan Penelitian

Merujuk pada perumusan masalah di atas, adapun tujuan kajian untuk mengetahui, menganalisa dan menguji pengaruh sikap terhadap *free trial* dan *price discount* terhadap intensi mendaftar di moderasi *brand image* dengan sebuah pendekatan induktif pada sekolah *playgroup* dan *kindergarten* D'Chava montessori di Kelapa Dua Tangerang

1.6 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Sedangkan manfaat penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai tugas akhir untuk mencapai gelar program pasca sarjana magister manajemen di Universitas Esa Unggul Jakarta

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini merupakan sumbangan pemikiran, semoga dapat bermanfaat secara luas bagi yayasan karena mengungkapkan informasi dan saran-saran yang dapat membantu perkembangan di sekolah D'Chava montessori Kelapa Dua Tangerang sekarang maupun dimasa yang akan datang.

3. Bagi Pihak Lain

Untuk menambah pengetahuan promosi pemasaran dibidang pendidikan guna meningkatkan intensi mendaftar

1.7 Sistematika Penulisan

Proposal Tesis ini tersusun dalam 3 (tiga) bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, untuk melihat sejauh mana teori yang dapat diterapkan dalam pelaksanaan yang nyata serta mendukung pemecahan.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, kerangka pemikiran, hipotesis metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data, serta definisi operasional variabel.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan gambaran umum objek penelitian mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan pembagian tugas, kegiatan-kegiatan dan usaha perusahaan, serta data responden. Bab ini juga akan menjelaskan hasil hubungan dimensi setiap variabel yang diteliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran-saran berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya.