

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Perusahaan**

Ruang Bimbingan Indonesia bergerak pada bidang pendidikan yang terbentuk pada tahun 2017. Ruang Bimbingan Indonesia didirikan oleh Iman Ahmad yang merupakan seorang pembimbing dalam membangun bisnis di Ruang Bimbingan Indonesia. Saat ini telah membangun lebih dari 10 jenis usaha baik retail maupun *online* dan menjadi investor di 5 perusahaan yang terbesar di Jakarta, Bandung, Semarang, Medan.

Ruang Bimbingan Indonesia dibentuk untuk mengatasi permasalahan yang terjadi dengan metode dan proses pendidikan di Indonesia. Beberapa yang utama adalah diantaranya:

- a. Pendidikan di Indonesia terlalu panjang
- b. Setiap anak dibebani dengan pengetahuan yang banyak
- c. Mahasiswa kuliah untuk mencari lapangan kerja
- d. Tingkat Pendidikan belum menunjukkan kualitas kemampuan

Jasa yang ditawarkan oleh Ruang Bimbingan Indonesia adalah jasa dalam bimbingan tugas akhir, les privat untuk SD, SMP, dan SMA, dan pelatihan yang dinamakan Rubik Tugas Akhir, Rubik Privat, dan Rubik *Academy*.

Dengan harapan ruang bimbingan dapat membantu anak di Indonesia untuk mendapatkan Pendidikan yang lebih dan membantu untuk menawarkan lowongan kerja kepada orang yang berkompeten dalam bidang pendidikan.

#### **1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Visi Ruang Bimbingan Indonesia

Menjadi media dan sarana terbaik dalam menyediakan solusi pendidikan dan bimbingan dalam belajar maupun keahlian di Indonesia.

Misi Ruang Bimbingan Indonesia

1. Menyediakan platform yang mendukung konsumen dalam memesan pembimbing dan belajar secara *online*
2. Menyediakan partner (pembimbing) yang profesional dan berpengalaman

3. Menyediakan lokasi belajar yang kondusif dalam proses bimbingan baik *online* maupun *offline*

### 1.1.3 Logo dan Makna Logo

Arti logo Ruang Bimbingan Indonesia adalah orang didalam rubik yang diartikan orang yang sedang fokus terhadap sesuatu. Orang tersebut memegang buku yang dapat diartikan adalah buku sebagai sumber ilmu.



**Gambar 1. 1**

### **Logo Ruang Bimbingan Indonesia**

*Sumber: profil Ruang Bimbingan Indonesia,2023*

### 1.1.4 Produk

Ruang bimbingan menyediakan Rubik Privat yaitu les privat untuk sekolah dasar sampai sekolah menengah akhir dengan mata pelajaran mulai dari membaca, menulis, menggambar, matematika, Bahasa inggris, IPA, IPS, dan tahfiz.

Sedangkan untuk Rubik Tugas Akhir, Ruang Bimbingan Indonesia menyediakan bimbingan untuk mengerjakan tugas akhir di mata kuliah elektro, informatika, bisnis, sosial. Ruang Bimbingan menyediakan alternatif solusi dalam kebutuhan menyelesaikan tugas akhir bagi mahasiswa. Pembimbing yang merupakan praktisi industri dan pernah berkecimpung dalam dunia pendidikan perguruan tinggi menjadi bagian utama dalam mensukseskan solusi ini.

Rubik Academy menyediakan paket pelatihan untuk anak anak sampai orang dewasa. Materi yang ditawarkan ada berbagai macam, mulai dari Microsoft office kids course untuk anak anak, dan banyak materi tentang bisnis untuk orang dewasa.

Rubik Playschool adalah program bimbingan untuk guru / pengajar di Indonesia. Dan yang terakhir Rubik *Startup* adalah program Kerjasama dengan kampus lain dalam percepatan pembangunan startup.



Gambar 1. 2

### Rubik Privat

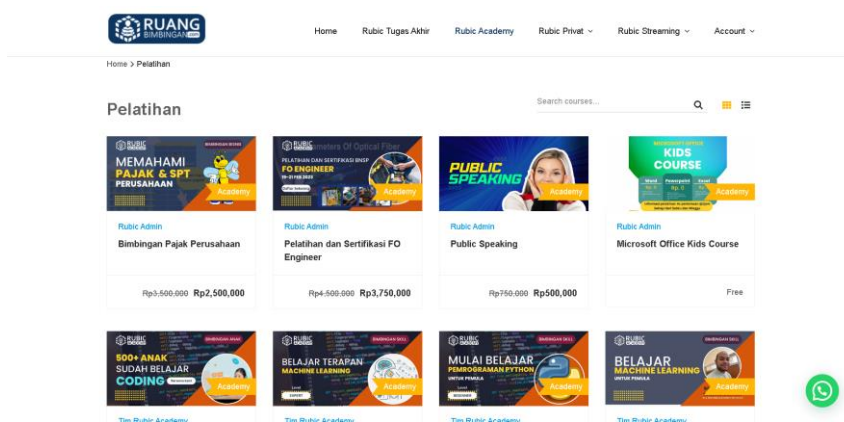
Sumber: website ruangbimbingan.com



Gambar 1. 3

### Rubik Tugas Akhir

Sumber: website ruangbimbingan.com

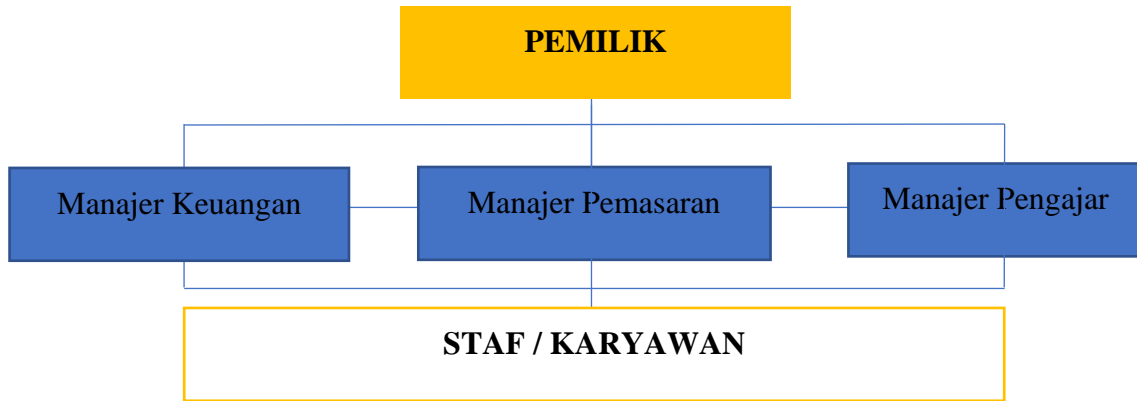


Gambar 1. 4

## Rubik Academy

Sumber: website ruangbimbingan.com

### 1.1.5 Struktur Organisasi



**Gambar 1. 5**

### Struktur Organisasi

Sumber: profil Ruang Bimbingan Indonesia, 2023

### 1.2 Latar Belakang Penelitian

Pendidikan merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi setiap manusia. Saat ini, isu tentang pendidikan di sekolah maupun perguruan tinggi sedang gencar diperbincangkan dan terus diperbaharui dalam rangka untuk peningkatan kualitas lulusan. Diharapkan para lulusan siap kerja sesuai tuntutan dunia kerja yang semakin kompleks seiring dengan perkembangan teknologi. Berikut merupakan banyaknya unit Pendidikan di Indonesia.



**Gambar 1. 6**

**Jumlah Sekolah di Indonesia**

*Sumber:* Badan Pusat Statistik, 2023

Terkait hal di atas, ada empat isu penting yang harus diperhatikan saat ini. Keempat isu itu adalah Kualitas Pendidikan untuk Semua (*Universal Quality Education*), Teknologi Digital dalam Pendidikan (*Digital Technologies in Education*), Solidaritas dan Kemitraan (*Solidarity and Partnership*), dan Masa Depan Dunia Kerja Pasca pandemi Covid-19 (*The Future of Work Post Covid-19*). Dirjen GTK Iwan Syahril mengatakan, isu pertama mengenai kualitas pendidikan untuk semua merupakan penegasan kembali komitmen Indonesia untuk mewujudkan pendidikan yang berkualitas bagi semua golongan. “Jadi pendidikan ini inklusif untuk hal yang sangat luas, bukan hanya buat anak disabilitas, tapi juga kelompok-kelompok marjinal yang rentan,” ujar Iwan saat meninjau Sekretariat EdWG G20 di Kantor Kemendikbudristek, Jakarta, Selasa (11/1/2022).

Iwan mengatakan, komitmen tersebut juga menegaskan keberpihakan Indonesia dalam *Sustainable Development Goal* (SDG) 4 tahun 2030 tentang tujuan pendidikan global, di mana dunia membutuhkan pemulihan di sektor pendidikan pascapandemi Covid-

19. “Sekali lagi bukan secara domestik, tapi juga global. Jadi kita juga melihat negara-negara yang mungkin perlu mendapatkan perhatian komunitas global. Karena kita hanya bisa maju jika kita terus bersama-sama,” katanya.

Saat ini bagi para pimpinan sekolah dan guru didorong untuk meningkatkan kompetensi mereka secara berkelanjutan. Mereka diharapkan mampu memanfaatkan peluang-peluang yang membantu mereka mengambil peran penting dalam karir mereka. Guru masa kini dapat mempengaruhi kehidupan siswa dengan lebih banyak cara dari yang kita dapat bayangkan.

Program pengembangan karir guru sudah dibentangkan sedemikian rupa demi menjamin kualitas pembelajaran, sekaligus meningkatkan karir profesional guru. Prakarsa dukungan karir yang menjanjikan yang akan menenun keajaiban dalam kehidupan siswa dan guru. Peluang ini sudah terbuka dan sedang menunggu untuk dimanfaatkan oleh para guru yang akan mengukir karir mereka sehingga dapat melangkah ke jalur pengembangan profesional dengan lebih mudah.

Isu kedua yang diangkat Indonesia dalam EdWG G20 adalah Teknologi Digital dalam Pendidikan. Menurut Iwan, telah terjadi akselerasi yang luar biasa dalam pemanfaatan teknologi digital di dunia pendidikan selama masa pandemi Covid-19. Ia kemudian menyebut platform Guru Belajar dan Guru Berbagi yang sudah menjangkau lebih dari 70 persen guru di sekolah-sekolah di Indonesia. “Jadi guru-gurunya pada ikut komunitas Guru Belajar dan Guru Berbagi, bahkan 40 persen guru di daerah 3T juga pada ikut. Jadi yang tadinya kita pikir daerah 3T itu aksesnya sulit, ternyata ada resiliensi yang ditunjukkan guru-guru kita,” ujarnya. Selain itu, isu kedua ini juga akan membahas bagaimana teknologi digital bisa menjadi jawaban atas permasalahan akses, kualitas, dan keadilan sosial di bidang pendidikan.

Guru dan siswa akan berada dalam posisi yang menguntungkan untuk memanfaatkan teknologi dalam pendidikan. Anak-anak kecil sudah banyak memanfaatkan potensi pembelajaran mobile dan interaktif. Banyak sekali antarmuka pembelajaran komunitas yang memungkinkan siswa untuk berbagi pengetahuan melalui diskusi *online* tentang berbagai topik.

Melalui video singkat serta komentar-komentar tertulis, siswa berbagi tanggapan mereka dengan berpartisipasi dalam berbagai dialog pembelajaran. Semua pelajar usia muda sekarang memiliki platform untuk mengekspresikan diri melalui platform pembelajaran kreatif.

Penggunaan teknologi lain yang mengesankan untuk belajar dan mengajar datang dalam bentuk *video screen capture*. Ini diidentifikasi sebagai hal besar yang akan memungkinkan guru untuk menilai tugas siswa, memungkinkan mereka untuk berbagi umpan balik yang dipersonalisasi.

Melalui *video screen capture*, pendidik dapat merekam kuliah, menyoroti kekuatan dan kelemahan siswa dengan menampilkan tugas mereka secara *online*. Para siswa dapat belajar hal-hal positif dan area perbaikan mereka melalui bentuk umpan balik *online* ini. Kecenderungan menerima umpan melalui layar laptop ini akan berlanjut dan berkembang sebagai sarana yang menjanjikan untuk mekanisme pengajaran dan pembelajaran modern.

Konsep pembelajaran yang dipersonalisasi telah berkembang sedemikian rupa sehingga ia menyebarkan sayapnya ke semua bidang pendidikan. Ketika kita bisa menggabungkan konsep ini dengan teknologi, kita akan dapat mendapat manfaat dari pendekatan pengajaran baru yang sesuai untuk semua siswa walaupun berbeda-beda tingkat IQ. Karena kelas terdiri dari siswa dengan tingkat IQ yang berbeda yang menunjukkan cara berekspresi yang berbeda, pembelajaran yang dipersonalisasi yang didukung oleh teknologi akan menjadi tren berkelanjutan juga.

Guru akan menggunakan generasi perangkat *online* berikutnya yang memberikan manfaat pembelajaran yang dipersonalisasi. Mereka akan mendorong siswa untuk berkomunikasi, berkolaborasi dan bekerja bersama-sama satu sama lain.

Isu yang lain adalah isu tentang pengembangan budaya sekolah yang sehat. Sekarang adalah saatnya untuk banyak memperhatikan budaya sekolah yang positif yang menjanjikan kehidupan yang sehat untuk semua. Filosofi sekolah yang sehat adalah fungsi dari harapan, keyakinan dan sikap yang akan diekspresikan secara berkala oleh peserta internal dan eksternal.

Untuk mempromosikan budaya sekolah yang sehat, sangat penting untuk menanamkan sifat kepemimpinan yang kuat di antara guru dan siswa. Membawa pentingnya upaya kelompok, melalui umpan balik yang membangun.

Dengan majunya teknologi untuk Pendidikan pada masa pasca pandemic covid-19, jasa bimbingan belajar juga mengikuti perkembangannya. Jasa bimbingan belajar atau sering disebut dengan bimbel udah tak asing lagi hadir sebagai "teman solusi" ketertinggalan siswa dalam capaian kognitif belajarnya di sekolah, atau hanya sekadar pengisi waktu luang bagi siswa saja agar tidak menyalahgunakan waktu luangnya. Lembaga Bimbingan

Belajar seringkali dianggap pula sebagai jalan keluar dan solusi untuk perbaikan nilai siswa di sekolah.

Jasa bimbingan ini banyak diminati oleh pelajar di Indonesia. Makin larisnya jasa Bimbingan belajar yang mana dikutip dari publikasi oleh Bank Indonesia mencapai 955.863 siswa per tahun 2013 dan semakin meningkat 10% tiap tahunnya. Tujuan dari bimbingan belajar adalah membantu individu (peserta didik) agar mencapai perkembangan yang optimal, sehingga tidak menghambat perkembangan belajar peserta didik. Bimbingan belajar sebagai wadah dalam memberikan bimbingan, bantuan untuk menemukan cara belajar yang tepat dalam mengatasi kesulitan-kesulitan belajar, dalam memilih jenis atau sekolah lanjutan yang sesuai. Jadi segala permasalahan yang berhubungan dengan belajar, cara mengatasi permasalahan tersebut, maupun sarana yang dapat digunakan saat proses belajarmengajar berlangsung termasuk dalam layanan bimbingan belajar.

Di Kota Bandung terdapat Ruang Bimbingan Indonesia yang menawarkan jasa bimbingan belajar dari SD sampai di perguruan tinggi. Pengajar Ruang Bimbingan Indonesia dari dosen yang sudah profesional sesuai bidangnya dan mahasiswa yang berkompeten untuk mengajar secara privat untuk siswa sekolah dasar sampai sekolah menengah. Ruang Bimbingan Indonesia dibentuk dengan tujuan:

- a. Pendidikan di Indonesia terlalu panjang
- b. Setiap anak dibebani dengan pengetahuan yang banyak
- c. Mahasiswa kuliah untuk mencari lapangan kerja
- d. Tingkat Pendidikan belum menunjukkan kualitas kemampuan

Ruang bimbingan Indonesia menawarkan berbagai macam program yang disediakan sebagai berikut:

1. Rubik Privat
2. Rubik Tugas Akhir
3. Rubik Academy

Masalah dalam objek penelitian ini adalah sedikitnya kalangan umum yang mengenal nama *brand* jasa bimbingan belajar Ruang Bimbingan Indonesia karena ketatnya persaingan jasa bimbingan belajar secara *online*. Di bawah ini merupakan jasa bimbingan belajar terbesar di Indonesia yaitu Ruangguru. Mengutip dari Detik.com, pengguna Ruangguru pada tahun 2020 meningkat hingga 17.000.000 pengguna setelah berdiri selama 6 tahun lamanya. Tidak hanya jumlah pengguna yang meningkat, melainkan efektivitas produk, layanan, dan fitur yang telah diluncurkan juga turut mewujudkan hasil belajar



semakin maksimal. Hal ini ditunjukkan dari nilai rata-rata pengguna aplikasi Ruangguru yang meningkat sebanyak 21 poin. Khusus pengguna kelas 12 SMA, mereka berkesempatan 4 kali lebih besar untuk diterima di perguruan tinggi.



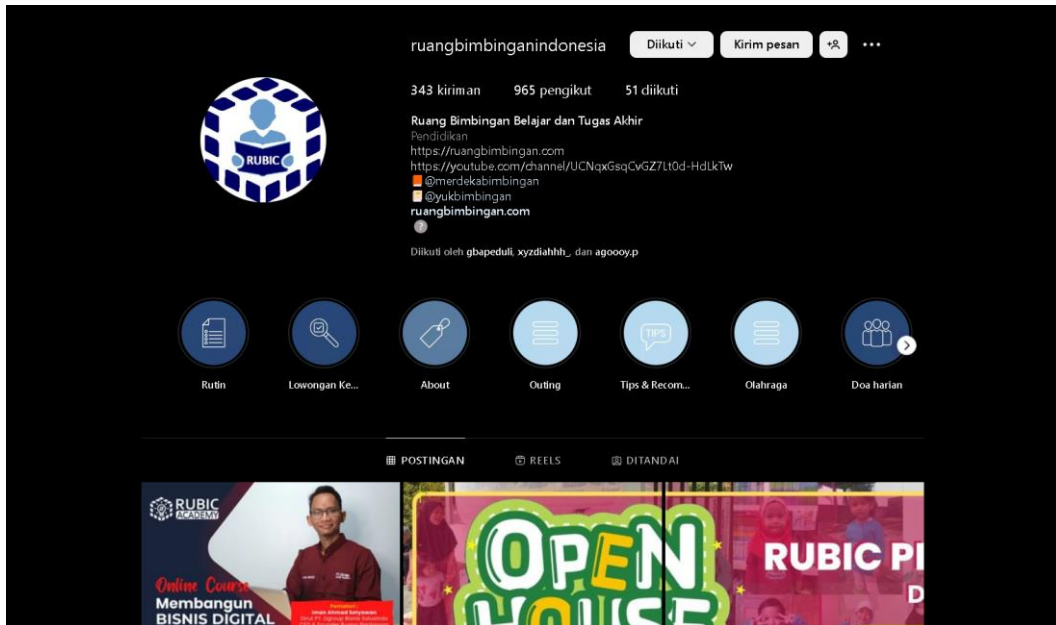
**Gambar 1. 7**

### **Peningkatan Pengguna Aplikasi Ruangguru**

*Sumber:* Data dari Detik.com (2020)

Terdapat adanya jasa bimbingan belajar yang besar dan terkenal karena testimoninya. Dengan keadaan seperti ini Ruang Bimbingan Indonesia sulit untuk berkembang karena ketatnya persaingan dengan jasa bimbingan belajar *online* lainnya. Pentingnya edukasi pemasaran tentang Ruang Bimbingan Indonesia untuk meningkatkan *brand awareness* agar masyarakat tertarik dengan jasa bimbingan belajar Ruang Bimbingan Indonesia.

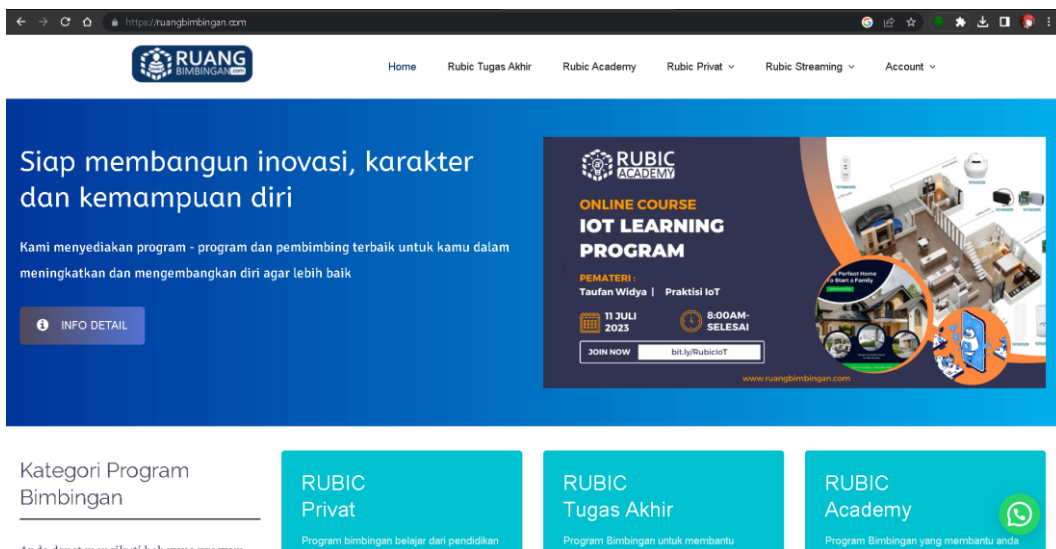
Ruang Bimbingan Indonesia mengambil langkah melakukan strategi promosi untuk mempromosikan produk jasa Ruang Bimbingan Indonesia untuk meningkatkan *brand awareness*. Pemasaran yang dilakukan secara *online* adalah dengan media social dan website resmi dari Ruang Bimbingan Indonesia yang diharapkan bisa menjangkau seluruh warga Indonesia karena penyebaran *media social* yang sangat cepat dan luas. Ruang Bimbingan Indonesia menggunakan Instagram dengan *username* @ruangbimbinganindonesia dan website *official* ruangbimbingan.com



Gambar 1. 8

### Instagram Ruang Bimbingan Indonesia

Sumber: Instagram @ruangbimbinganindonesia, 2023



Gambar 1. 9

### Website Ruang Bimbingan Indonesia

Sumber: Website Ruang Bimbingan Indonesia, 2023

Lalu Ruang Bimbingan Indonesia juga melakukan strategi pemasaran dengan metode *door to door* secara langsung menyebarkan brosur promosi Rubik Privat dan menyebarkan

poster untuk Rubik Tugas Akhir. Strategi pemasaran yang dilakukan Ruang Bimbingan Indonesia lainnya adalah *direct marketing* menggunakan *Whatsapp business*.

Pada penelitian ini pemasaran edukasi di analisa untuk mendapatkan informasi tentang kegiatan perencanaan edukasi pemasaran, penerapan edukasi pemasaran, dan hasil edukasi pemasaran. Informasi ini sangat penting untuk menganalisa peningkatkan *brand awareness* pada ruang bimbingan yang berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kualitas merek yaitu Ruang Bimbingan Indonesia.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana edukasi pemasaran di Ruang Bimbingan Indonesia ?
2. Bagaimana meningkatkan *brand awareness* di Ruang Bimbingan Indonesia?
3. Bagaimana edukasi pemasaran dalam meningkatkan *brand awareness* di Ruang Bimbingan Indonesia?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui edukasi pemasaran di Ruang Bimbingan Indonesia tahun 2023
2. Untuk mengetahui peningkatan *brand awareness* di Ruang Bimbingan Indonesia tahun 2023
3. Untuk mengetahui hasil analisis edukasi pemasaran dalam meningkatkan *brand awareness* di Ruang Bimbingan Indonesia tahun 2023

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Manfaat teoritis atau akademis merupakan manfaat penelitian bagi pengembangan ilmu. Sehingga manfaat teoritis ini dapat mengembangkan ilmu yang diteliti dari segi teoritis. Teori yang digunakan tentunya berdasarkan peneliti atau penulis sebelumnya. Manfaat teoritis ini berfungsi untuk menjelaskan apabila teori yang digunakan masih relevan untuk penelitian penulis, relevan secara umum, atau tidak sama sekali.

Namun dapat juga untuk memperkuat atau menggugurkan teori tersebut setelah mengetahui hasil penelitian.

## 2. Kegunaan Praktis

Penelitian dilakukan karena ada masalah yang ingin diselesaikan atau dipecahkan. Manfaat praktis menjelaskan manfaat yang berguna untuk memecahkan masalah secara tersebut secara praktis.

Tujuan manfaat praktis ini juga dapat diarahkan untuk lebih dari satu subjek. Misalnya manfaat untuk mahasiswa yang mengerjakan topik skripsi serupa, civitas akademika yang melakukan penelitian yang sama, dan lain-lain. Subjek ini disesuaikan dengan penelitian peneliti.

### 1.6 Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada pemasaran Ruang Bimbingan Indonesia secara *offline* dan *online* tahun 2023
2. Objek penelitian ini adalah Ruang Bimbingan Indonesia di Kota Bandung tahun 2023
3. Periode penelitian pada 2023

### 1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Adapun sistematika penulisan laporan proyek akhir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

#### 2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan-landasan teori seperti teori pemasaran, teori manajemen pemasaran, teori komunikasi pemasaran, teori bauran komunikasi pemasaran, teori pemasaran interaktif, teori sosial media marketing, dan teori Instagram.

#### 3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas analisis jenis penelitian yang digunakan.

#### 4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisis data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

#### 5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran akhir penulisan serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya