

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peningkatan kesejahteraan dan kelangsungan pembangunan ekonomi merupakan kondisi perekonomian yang harus lebih diperhatikan. Setiap tahun jumlah penduduk bertambah membuat kebutuhan sehari-hari juga bertambah, akibatnya dibutuhkan penambahan pendapatan setiap tahun. Selain dari permintaan (konsumsi), penawaran (produksi), dan pertumbuhan penduduk juga membutuhkan pertumbuhan kesempatan kerja. Pertumbuhan ekonomi jika tidak diseimbangi dengan kesempatan kerja maka akan terjadi ketimpangan kondisi pertumbuhan ekonomi dengan peningkatan kemiskinan.¹

Saat ini Indonesia mempunyai kondisi perekonomian yang cukup membaik meskipun pertumbuhannya tidak pesat atau masih dibilang bertahap. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pertumbuhan ekonomi meningkat selama periode 2010-2014 sampai periode 2015-2018 yaitu sebesar 1,42 persen. Pengangguran dan kemiskinan yang menurun serta pembangunan sumber daya manusia yang membaik pula. Namun hal tersebut harus lebih diperhatikan agar dapat mempercepat laju pertumbuhan ekonomi dan menjaga agar kualitas terus diperbaiki.² Pada Februari setiap tahunnya mengalami penurunan, Februari 2018 jumlah pengangguran 6,87 juta orang dan pada

¹ Tulus T.H. Tambunan, *Perekonomian Indonesia Kajian Teoritis Dan Analisis Empiris*, Cet. Ke-3 (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 40.

² Yuli Yanna Fauzie, *Percuma Ekonomi Tumbuh Kalau Kemakmuran Semu*, Diakses Dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190723142610-532-414710/Percuma-Ekonomi-Tumbuh-Kalau-Kemakmuran-Semu>, 23 Juli 2019, Dilihat Pukul 14.38 WIB Pada 03/09/2019.

Februari 2019 menjadi 6,82 juta orang, berkurang sebanyak 50 ribu orang. Meskipun begitu, angka pengangguran terbuka di kota yang sebesar 6,3 persen masih lebih tinggi dibanding desa yakni 3,45 persen. Lulusan Menengah Kejuruan (SMK) masih mendominasi angka pengangguran yaitu sebesar 8,92 persen, kemudian pengangguran lulusan diploma sebesar 7,92 persen.³ Padahal mereka yang Lulusan SMK dan diploma dipersiapkan sebagai pekerja setelah lulus namun banyak yang menganggur dan tidak mempunyai pekerjaan. Sebagian besar pengangguran tidak memiliki keahlian yang dapat mendorong dia untuk berkerja.⁴ Oleh sebab itu banyaknya pengangguran angkatan kerja yang tidak mendapatkan pekerjaan, mereka memilih untuk usaha.

Berwirausaha tidak semudah yang difikirkan, banyak proses yang harus dilakukan. Berwirausaha memerlukan rencana dan solusi jika terjadi resiko yang sudah disiapkan dengan matang sesuai pengetahuan pasar, tersedianya sumber daya atau produk, dan rencana yang nantinya bisa mendapatkan hasil yang memuaskan.⁵ Berwirausahaan adalah usaha yang dilakukan untuk memperoleh nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, keterampilan komunikasi, modal, bahan baku atau sumber daya lain, dan manajemen pengambilan resiko yang tepat untuk mendapatkan proyek agar terlaksana

³ CNN Indonesia, *Jumlah Pengangguran Februari 2019 Turun Jadi 6,82 Juta Orang*, Dikases Dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190506124326-532-392272/jumlah-pengangguran-februari-2019-turun-jadi-682-juta-orang>, 06 Mei 2019, Dilihat Pukul 14.55 WIB Pada 03/09/2019.

⁴ Jawa Pos, *Masalah Ketenagakerjaan Kian Kompleks, Dari Honor Sampai Pengangguran*, Dikases Dari <https://www.jawapos.com/features/humaniora/27/03/2019/masalah-ketenagakerjaan-kian-kompleks-dari-honor-sampai-pengangguran/>, 27 Maret 2019, Dilihat Pukul 16.22 WIB Pada 03/09/2019.

⁵ Thomas W. Zimmerer dkk, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 7.

dengan baik.⁶ Di Indonesia, kewirausahaan menjadi topik perdebatan. Banyak masyarakat menganggap negatif berwirausaha seperti penghasilan yang tidak stabil, kurang terhormat, dan sebagainya.⁷ Padahal, berwirausaha tidak hanya menghasilkan keuntungan atau laba melainkan bisa menciptakan suatu lapangan pekerjaan yang hal itu tentunya bisa membuat kehidupan yang lebih baik. Namun, banyaknya usaha-usaha yang beragam dan terkadang ada yang mempunyai produk yang sama maka muncul suatu persaingan usaha yang ketat di pasar.

Persaingan usaha ataupun bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan harus mempunyai sesuatu yang dapat digunakan untuk mempertahankan usaha tersebut agar tetap eksis. Ada dua hal yang harus dipertimbangkan dalam persaingan. Pertama, struktur industri dan bagaimana sepak terjang dari berbagai kekuatan persaingan dalam mempengaruhi kemampuan jangka panjang. Kedua, mengetahui strategi, posisi, kekuatan dan kelemahan dari pesaing, hal tersebut tentunya dilakukan agar membantu manajemen dalam mengantisipasi apa yang dilakukan pesaing dimasa depan.⁸ Persaingan bukan berarti untuk mematikan pesaing, namun dengan adanya pesaing harus dijadikan sebagai motivasi untuk memberikan sesuatu yang terbaik dan berbeda dari usaha bisnis tersebut. Islam mempunyai aturan-aturan khusus dalam kehidupan untuk menghindarkan dari munculnya sesuatu permasalahan

⁶ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktik, Dan Kasus-Kasus* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 41-42.

⁷ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), 141.

⁸ Boyd, dkk, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, Ed. Yati Sumiharti (Jakarta: Erlangga, 2000), 78.

yang nantinya akan berakibat pada persaingan yang tidak sehat. Maka dari itu, perlu menganalisis kekuatan, kelemahan, dan strategi yang dilakukan pesaing. Dalam berbisnis syariah, pembisnis muslim tidak boleh menghalalkan segala cara dalam melakukan apapun untuk mengungguli pesaing. Harus sesuai dengan aturan dan moral yang sudah diatur dalam islam. Bisnis yang dijalankan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang diperoleh merupakan rezeki yang sudah ditetapkan. Rezeki yang didapatkan tidak akan lari kemana-mana, jika bukan rezekinya maka harus diterima karena meskipun sekuat apapun jika bukan rezekinya maka tidak akan mendapatkannya. Tugas dari manusia, hanyalah melakukan usaha yang terbaik dan sungguh-sungguh didukung dengan do'a untuk mendapatkan rezeki dengan cara yang halal.⁹ Perusahaan perlu memperhatikan semua yang berhubungan dengan majunya perusahaan tersebut seperti kinerja dan keuangan perusahaan sehingga perusahaan dapat menentukan strategi untuk melawan pesaing di pasar. Teknologi juga perlu diperhatikan untuk menunjang majunya usaha tersebut. Hal-hal tersebut jika tidak diperhatikan dengan benar bisa mengakibatkan usaha mengalami kebangkrutan yang merugikan usaha itu sendiri. Ditengah persaingan usaha yang ketat perlu strategi pemasaran untuk menunjang usaha agar tetap bertahan.

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mengenalkan produk kepada konsumen, dan hal tersebut akan berhubungan dengan laba yang akan didapat oleh perusahaan. Strategi pemasaran akan bekerja secara optimal

⁹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*, 321-322.

jika didukung rencana yang terstruktur dengan baik. Strategi memberikan arah bagi semua organisasi, jika konsep strategi tidak jelas maka keputusan yang akan diambil akan bersifat subyektif atau berdasarkan pendapat dari satu pihak dan mengabaikan keputusan yang lain.¹⁰ Pemasaran yang dilakukan identik dengan sebuah janji-janji manis untuk menarik konsumen tapi belum tentu yang dikatakan sesuai dengan kenyataan. Namun berbeda dengan strategi pemasaran yang dilakukan dalam islam. Pemasaran dalam islam harus ada pembuktian dari janji-janji yang dilakukan. Karena hal tersebut merupakan tingkatan paling tinggi dalam pemasaran, seperti marketing, etika, nilai-nilai dan norma dijunjung tinggi. Hal itulah yang seringkali pemasaran konvensional langgar, sehingga konsumen merasa kecewa pada produk yang tawarkan tidak sesuai dengan apa yang telah dijanjikan produsen.¹¹ Dalam strategi pemasaran produsen juga perlu melakukan promosi terhadap produk perlu mencari dan membidik pasar yang jelas agar tidak salah dalam memilih. Karena banyak usaha gagal disebabkan oleh salahnya pemilihan pasar untuk promosi produk usaha yang berpotensi kepada kemajuan usaha. Banyaknya jumlah konsumen dan beranekaragaman keinginan pembeli, maka strategi pemasaran tidak bisa sembarang memasuki semua segmen pasar, perlu mengidentifikasi segmen pasar yang paling efektif. Selain itu perlu strategi yang efisien agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015), 17.

¹¹ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV Alfabeta, 2010), 5.

Dalam menawarkan produk perlu sesuatu perbedaan yang dimana produk itu tidak dimiliki atau lebih unggul dari yang lain. Hal tersebut bisa menjadi poin plus untuk menawarkan produk. Di Kampung Inggris Pare banyak lembaga-lembaga yang menawarkan pembelajaran bahasa Inggris yang didalamnya terkadang ada sebuah kesamaan dalam pembelajarannya. Namun disetiap lembaga tersebut tentunya mempunyai metode atau cara dalam melakukan pembelajaran yang berbeda dengan lembaga yang lainnya. Metode itulah yang menjadi daya tarik konsumen untuk memilih lembaga tersebut. Lembaga yang berada di kampung Inggris termasuk pendidikan jasa. Jasa adalah setiap perbuatan atau tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya dengan bersifat *intangible* atau tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.¹²

Lembaga-lembaga bahasa Inggris terletak di kampung Inggris yang berada di wilayah Desa Tulungrejo, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Provinsi Jawa Timur. Kampung Inggris merupakan julukan desa dimana di dalamnya terdapat banyak sekali lembaga-lembaga bahasa Inggris yang berada dalam satu wilayah dan setiap harinya mereka melakukan transaksi dan sosialisasi menggunakan bahasa Inggris. Peserta yang mengikuti kursus tidak hanya berasal dari wilayah itu sendiri melainkan dari berbagai wilayah di Indonesia, selain itu tidak terkadang ada peserta dari luar negeri yang khusus datang untuk lebih memperdalam Bahasa Inggris. Bukan hanya itu, pengajar disana juga ada beberapa yang mengambil dari luar negeri. Kebanyakan peserta

¹² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), 16.

berstatus baru lulus SMA atau S1 untuk mempersiapkan melanjutkan ketingkat selanjutnya atau bekal untuk mencari pekerjaan. Mereka datang ketika musim liburan tiba, dan mengikuti pembalajaran selama berbulan-bulan, minimal 2 minggu tergantung paket yang dipilih. Peserta yang belajar di Kampung Inggris tidak hanya berasal dari Indonesia melainkan dari mancanegara seperti Malaysia, Thailand, Timor Leste, dan lain-lain.¹³

Ada banyak lembaga-lembaga di dalamnya seperti BEC, Kresna English Language Institute, Mr. Einstein Course, Lc Language Center, Mahesa English Course, Access Es, Brilliant English Course, dan lain-lain.¹⁴ Lembaga kursus Kresna English Language Institute merupakan salah satu lembaga yang terkenal dengan *grammer* yang diajarkan dan biaya pembelajaran yang tergolong murah. Tempat yang bertemakan lebih ke suasana alami yang menggunakan gubuk berdinding dari anyaman bamboo yang disekelilingnya berbagai pepohonan. Lembaga ini sudah mempunyai legalitas surat izin dari Dinas Pendidikan Pemuda Dan Olahraga Pemerintah Kabupaten Kediri dan berbagai legalitas yang lainnya.¹⁵

Banyaknya lembaga-lembaga bahasa inggris yang bermunculan, membuat lembaga-lembaga yang sudah lama memerlukan strategi agar dapat bersaing dengan lembaga yang baru. Seperti halnya pada lembaga kursus kresna english language institute yang sudah tergolong lembaga lama di kampung

¹³ Wikipedia Ensiklopedia Bebas, *Kampung Inggris Pare*, Diakses Dari https://id.wikipedia.org/wiki/Kampung_Inggris_Pare, Dilihat Pukul 13.48 WIB Pada 03/09/2019.

¹⁴ Kampung Inggris, *Lembaga Kursus*, Diakses Dari <https://www.kampunginggris.in>, Dilihat Pukul 13.49 WIB Pada 03/09/2019.

¹⁵ Kresna, *Profil*, Diakses Dari <https://kresna-kampunginggris.com/profil/>, Dilihat Pukul 13.52 WIB Pada 03/09/2019.

inggris. Meskipun lembaga tersebut tergolong lama, namun lembaga tersebut mempunyai nilai tambahan dibanding lembaga lainnya yaitu lembaga dengan biaya kursus paling murah dan pelajaran grammer paling bagus dibandingkan lembaga lainnya. Maka dari itu, harus mempunyai strategi khusus agar tetap dapat bertahan dimana banyaknya lembaga baru bermunculan. Hal tersebut membuat persaingan usaha antar lembaga semakin ketat. Melihat fenomena tersebut, dilakukanlah penelitian strategi apakah yang diperlukan agar tetap bertahan di era saat ini dimana lembaga-lembaga banyak yang bermunculan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka penulis perlu melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Lembaga Kursus Kresna English Language Institute Di Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri Dalam Persaingan Usaha Ditinjau Dari Ekonomi Islam”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan sebelumnya, rumusan masalah yaitu bagaimana strategi pemasaran Lembaga Kursus Kresna English Language Institute di Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri dalam persaingan usaha ditinjau dari ekonomi islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan sebelumnya, tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran Lembaga Kursus Kresna English Language Institute di Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri dalam persaingan usaha ditinjau dari ekonomi islam.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

- a. Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dalam penulisan.
- b. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan ilmu yang manfaat bagi peneliti dalam hal strategi pemasaran Lembaga Kursus Kresna English Language Institute di Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri dalam persaingan usaha ditinjau dari ekonomi islam.

2. Bagi Pembaca

- a. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan pembaca mendapatkan ilmu dan mengetahui strategi pemasaran Lembaga Kursus Kresna English Language Institute di Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri dalam persaingan usaha ditinjau dari ekonomi islam.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan rujukan lanjutan dalam diskusi maupun kajian dalam penelitian.

3. Bagi Universitas

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan referensi keilmuan dan informasi yang berhubungan dengan studi ekonomi islam, khususnya oleh akademis Fakultas Keislaman.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan pedoman, informasi dan masukan terhadap pemilik usaha agar dapat mengoptimalkan hasil strategi pemasaran Lembaga Kursus Kresna English Language Institute di Kampung Inggris

Kecamatan Pare Kabupaten Kediri dalam persaingan usaha ditinjau dari ekonomi islam.

E. Kajian Pustaka

Untuk menghindari penelitian yang sama dengan penelitian terdahulu maka diperlukan kajian-kajian terdahulu antara lain:

1. Kalsum Munajatussabran, mahasiswi Fakultas Dakwah Dan komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin (Makassar, 2015) dalam skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Forum Kampung Bahasa Sulawesi (FKBS)”. Persamaan dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama menggunakan objek kampung bahasa sebagai penelitian, namun yang membedakan yaitu strategi pemasaran yang digunakan, jika pada penelitian Khikmatun Khasanah menggunakan startegi komunikasi pemasaran sedangkan penelitian peneliti menggunakan strategi pemasaran berupa bauran pemasaran.
2. Vita Hanafiyah, mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (Jakarta, 2015) dalam skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Vila Nusa Indah Bogor”. Persamaan dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama menggunakan strategi pemasaran, namun yang membedakan yaitu jika penelitian Vita Hanafiyah menggunakan strategi pemasaran dalam meningkatkan omset peserta didik sedangkan penelitian peneliti menggunakan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha.

Selain itu, penelitian Vita Hanafiyah menggunakan analisis SWOT untuk menganalisisnya.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman dari tulisan ini, maka peneliti membagi kedalam lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan hal mendasar dalam melakukan penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang kajian teori yang digunakan peneliti agar lebih dipahami oleh pembaca yang terdiri dari teori tentang PO (Perusahaan Perseorangan), persaingan usaha, pemasaran, pemasaran syariah, strategi pemasaran, dan strategi pemasaran syariah. Dalam bab ini peneliti menguraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan strategi pemasaran dalam persaingan usaha.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang digunakan peneliti yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis data penelitian, metode pengumpulan data, dan teknis analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti, dimana dalam pembahasannya mengenai strategi pemasaran lembaga kursus

kresna language institute kecamatan Pare kabupaten Kediri dalam persaingan usaha ditinjau dari ekonomi islam.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas penutup yang terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dan saran-saran yang bertujuan untuk kemajuan bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Membahas tentang buku-buku penunjang penelitian, skripsi atau penelitian terdahulu dan beberapa penunjang dari website resmi untuk keperluan penelitian ini.