

**USULAN PERBAIKAN DI BIMBINGAN BELAJAR  
DARING SINOTIF INDONESIA UNTUK  
MENINGKATKAN NIAT BELI KONSUMEN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

**Nama :** Dhyani Paramita Gunawan

**NPM :** 6131801202



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2022**

***PROPOSED IMPROVEMENTS IN SINOTIF  
INDONESIA ONLINE COURSE TO IMPROVE  
CONSUMER'S PURCHASE INTENTION***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

**Nama :** Dhyani Paramita Gunawan

**NPM :** 6131801202



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Dhyani Paramita Gunawan  
NPM : 6131801202  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : Usulan Perbaikan di Bimbingan Belajar Daring Sinotif  
Indonesia untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, 29 Juli 2022

**Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri**

(Dr. Ceceilia Tesavrita, S.T., M.T.)

**Pembimbing Tunggal**

(Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M.)



## **PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dhyani Paramita Gunawan

NPM : 6131801202

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

### **Usulan Perbaikan Di Bimbingan Belajar Daring Sinotif Indonesia Untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 07 Juli 2022

Dhyani Paramita Gunawan

NPM : 6131801202

## ABSTRAK

Era globalisasi yang maju seiring berjalannya waktu membuat kebutuhan manusia meningkat. Untuk dapat memberi dan menyediakan kebutuhan manusia tersebut, menimba pendidikan sangat penting. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan, sekolah harus mengikuti SNP. Namun, setiap peserta pendidikan memiliki karakteristik belajar yang berbeda-beda. Survey mengatakan bahwa 87,8% dari 770 responden menyatakan pelajar butuh mengikuti bimbingan belajar untuk dapat mengikut pembelajaran di sekolah. PT. Sinotif merupakan salah satu perusahaan bimbingan belajar yang menawarkan jasa secara daring. Sinotif mengalami kesulitan untuk mencapai target siswa masuk setiap bulannya selama 3 tahun, terutama saat terlanda pandemi Covid. Oleh karena itu, dibutuhkan usulan untuk dapat meningkatkan niat beli Sinotif.

Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square Structural Model* (PLS-SEM) untuk dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi *e-learning purchase intention*. Terdapat 6 hipotesis dengan 6 variabel, yaitu *brand image*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *social influence*, *perceived value* dan *perceived fee*. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *convenience sampling* dengan jumlah sampel minimum 60. Kemudian, dilakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner dan diperoleh sebanyak 152 data. Pengolahan data PLS-SEM dilakukan dengan dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural.

Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat 4 faktor yang memengaruhi *e-learning purchase intention*, yaitu *brand image*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *social influence*. Dengan menggunakan *importance-performance map analysis*, diketahui prioritas perbaikan yang harus diberikan, yaitu *social influence*, *brand image* lalu *perceived ease of use*. Secara garis besar, terdapat 12 buah usulan yang dirancang untuk Sinotif untuk diimplementasikan.

## **ABSTRACT**

*The era of globalization that advances over time makes human needs increase. To be able to provide for these human needs, getting education is very important. Based on Government Regulation no. 19 of 2005 concerning National Education Standards, schools must follow the SNP. However, each education participant has different learning characteristics. A survey said that 87.8% of 770 respondents stated that students need to take tutoring to be able to participate in learning at school. PT. Sinotif is a tutoring company that offers online services. Sinotif had difficulty achieving the target of students entering every month for 3 years, especially during the Covid pandemic. Therefore, a proposal is needed to increase Sinotif's purchase intention.*

*This research uses the Partial Least Square Structural Model (PLS-SEM) method to identify the factors that influence e-learning purchase intention. There are 6 hypotheses with 6 variables, namely brand image, perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, perceived value and perceived fee. Data was collected using convenience sampling technique with a minimum sample size of 60. Then, the questionnaire was distributed and 152 datas were obtained. PLS-SEM data processing is carried out in two stages, namely the evaluation of the measurement model and the evaluation of the structural model.*

*The results of the study found that there are 4 factors that influence e-learning purchase intention, namely brand image, perceived usefulness, perceived ease of use, and social influence. By using the importance-performance map analysis, it is known the priority for improvement that must be given respectfully are social influence, brand image and perceived ease of use. In general, there are 12 proposals designed for Sinotif to be implemented.*

**Keywords :** *E-Learning Purchase Intention, PLS-SEM, IPMA*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa oleh karena berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Usulan Perbaikan di Bimbingan Belajar Daring Sinotif Indonesia Untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen”. Penelitian skripsi ini disusun dalam memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri.

Penelitian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang dimaksud:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, membimbing, memberi ide, memotivasi, dan memberi arahan selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. serta bapak Fransiscus Rian Praktikto, S.T., M.T., MIE selaku dosen penguj yang telah memberikan saran serta masukkan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Ir. Marihot Nainggolan, S.T, M.T., M.S. selaku dosen wali yang sudah memberikan bantuan dan memberikan banyak masukan selama masa perkuliahan.
4. Orang tua, ko Kenny dan Arya yang telah memberikan dukungan kepada penulis dan selalu merelakan waktu agar penulis dapat fokus menyusun penelitian skripsi.
5. Seluruh dosen Teknik Industri UNPAR yang telah memberikan waktu, tenaga dan ilmunya semasa perkuliahan.
6. Saudari VIP selaku sahabat selama masa perkuliahan penulis yang selalu mendukung, mendorong, menyemangati dan memberikan doa dalam menulis penelitian skripsi ini.
7. Saudara KJY selaku teman dekat penulis yang selalu mendukung, menemani, mendengar keluhan, dan memberikan ide-ide dalam penelitian ini.

8. Saudara IO yang sudah memberi dukungan, membantu penulis memahami materi skripsi dan selalu siap sedia kapanpun penulis membutuhkan.
9. Saudara FKP, MJS, NAA, PAM, YP, GS, WA, AD dan FTF, sebagai sahabat dekat pada masa perkuliahan yang sudah memberikan hiburan dan dukungan pada masa penulisan penelitian skripsi ini.
10. Saudara PP, ODW, KML, DA, ID dan MO, selaku teman seperjuangan penulis dalam penulisan penelitian skripsi.
11. Saudara NTH, VL dan RG selaku teman *student exchange program* atas bantuan emosional selama berada di Korea Selatan.
12. Anggota Kesejahteraan Mahasiswa HMPSTI 2021 yang selalu memberikan dukungan dan semangat terutama MM yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan proposal skripsi.
13. RING 1 HMPSTI 2021 sebagai tempat singgah bertawa dan bercerita pada semasa skripsi.
14. Pihak Sinotif yang telah memberi kontribusi, memberi ide dan mempercayakan skripsi ini.
15. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu selama proses pengerjaan skripsi dan masa perkuliahan penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran terhadap penelitian ini. Besar harapan penulis bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Atas segala doa dan dukungan, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 4 Juli 2022

Dhyani Paramita Gunawan



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang .....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	I-4
I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian .....	I-13
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-14
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-14
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-14
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>II-1</b>
II.1 Model Penelitian Pendahulu .....	II-1
II.1.1 Model Reham Adel Ali & Muhammad Rafie Mohd Arshad (2016).....	II-1
II.1.2 Model Ying-Kai Liao, Wann-Yih Wu, Trang Quang Le, & Thuy Thi Thu Phung (2020) .....	II-4
II.1.3 Model Haixin Zhang, Yali Zhang, Anastasiia Ryzhkova, Chrissie Diane Tan, Fengli (2019).....	II-8
II.2 Bimbingan Belajar .....	II-10
II.3 <i>Purchase intention</i> .....	II-13
II.4 Metode Pengumpulan Data .....	II-14
II.5 Sampel & Teknik <i>Sampling</i> .....	II-15
II.6 Skala Pengukuran .....	II-17
II.7 PLS-SEM .....	II-20
II.7.1 Evaluasi Model Pengukuran : Reflektif.....	II-22

II.7.2	Evaluasi Model Struktural.....	II-25
II.7.3	<i>Importance Performance Matrix Analysis (IPMA)</i> .....	II-27
<b>BAB III</b>	<b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>	<b>III-1</b>
III.1	Pengembangan Model Penelitian.....	III-1
III.2	Operasionalisasi Variabel .....	III-6
III.3	Pengumpulan Data .....	III-10
III.3.1	Penyusunan Kuesioner .....	III-11
III.3.2	<i>Pretest</i> Kuesioner .....	III-12
III.3.3	Penyebaran Kuesioner .....	III-14
III.4	Profil Responden .....	III-15
III.5	Evaluasi Model Penelitian.....	III-20
III.5.1	Evaluasi Model Pengukuran.....	III-21
III.5.2	Evaluasi Model Struktural.....	III-31
III.6	Penentuan Prioritas Perbaikan.....	III-35
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN .....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1	Analisis Hasil Profil Responden.....	IV-1
IV.2	Analisis Teknik Pengumpulan Data.....	IV-3
IV.3	Analisis Hasil Pengolahan Data .....	IV-3
IV.4	Analisis Penentuan Prioritas Perbaikan Usulan.....	IV-8
IV.5	Rancangan Usulan Perbaikan.....	IV-9
IV.5.1	Usulan Perbaikan <i>Social Influence</i> .....	IV-9
IV.5.2	Usulan Perbaikan <i>Brand image</i> .....	IV-22
IV.5.3	Usulan Perbaikan <i>Perceived Ease of Use</i> .....	IV-27
IV.6	Rekapitulasi dan Evaluasi Usulan Perbaikan.....	IV-30
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>V-1</b>
V.1	Kesimpulan .....	V-1
V.2	Saran.....	V-2
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>i</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS.....</b>	<b>9</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Hasil wawancara non-pelanggan mengenai Sinotif.....	I-8
Tabel I.2 Hasil wawancara mengenai faktor-faktor yang dipertimbangkan.....	I-9
Tabel I.3 Perbandingan pesaing bimbingan belajar <i>online</i> .....	I-11
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel.....	III-7
Tabel III.2 Hasil <i>pretest</i> kuesioner penelitian .....	III-12
Tabel III.3 Rekapitulasi bimbel <i>online</i> yang pernah/sedang/berencana diikuti responden .....	III-19
Tabel III.4 Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	III-21
Tabel III.5 Nilai <i>outer loadings</i> .....	III-22
Tabel III.6 Revisi nilai <i>composite reliability</i> 1 .....	III-23
Tabel III.7 Revisi nilai <i>outer loadings</i> 1.....	III-24
Tabel III.8 Nilai <i>average variance extracted (AVE)</i> 1 .....	III-25
Tabel III.9 Nilai <i>cross loadings</i> 1.....	III-26
Tabel III.10 Nilai <i>fornell-larcker criterion</i> 1 .....	III-27
Tabel III.11 Revisi nilai <i>composite reliability</i> 2.....	III-28
Tabel III.12 Revisi nilai <i>outer loadings</i> 2.....	III-29
Tabel III.13 Nilai <i>average variance extracted (AVE)</i> 2 .....	III-29
Tabel III.14 Revisi <i>cross loadings</i> 2.....	III-30
Tabel III.15 Revisi <i>fornell larcker</i> 2 .....	III-31
Tabel III.16 Nilai <i>inner VIF</i> .....	III-32
Tabel III.17 Nilai <i>path coefficient</i> .....	III-32
Tabel III.18 Nilai <i>R2</i> .....	III-34
Tabel III.19 Nilai <i>performances</i> dan <i>importance</i> Sinotif .....	III-35
Tabel III.20 Perbandingan performansi pesaing dengan Sinotif.....	III-37
Tabel IV.1 Usulan perbaikan <i>social influence</i> .....	IV-10
Tabel IV.2 Usulan perbaikan <i>brand image</i> .....	IV-22
Tabel IV.3 Usulan perbaikan <i>perceived ease of use</i> .....	IV-28
Tabel IV.4 Rekapitulasi dan diskusi usulan perbaikan.....	IV-30
Tabel IV.5 Revisi rekapitulasi dan diskusi usulan perbaikan .....	IV-32



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Tidak tercapainya target jumlah siswa masuk Sinotif tahun 2019, 2020, 2021 .....	I-3
Gambar I.2 Hasil wawancara kebutuhan siswa mengikuti bimbingan belajar.....	I-7
Gambar I.3 Hasil wawancara ketertarikan responden mengikuti Sinotif .....	I-8
Gambar I.4 Hasil wawancara peminatan bimbingan belajar <i>online</i> .....	I-12
Gambar I.5 Metodologi Penelitian .....	I-15
Gambar II.1 Model Penelitian Ali & Arshad (2016) .....	II-2
Gambar II.2 Model Penelitian Liao et. al (2016).....	II-5
Gambar II.3 Model penelitian Zhang et al. (2019).....	II-8
Gambar II.4 Hubungan sampel dan populasi.....	II-15
Gambar II.5 <i>Path Model</i> PLS-SEM.....	II-21
Gambar II.6 Pengujian <i>outer loading</i> .....	II-23
Gambar II.7 Kuadran grafik IPMA .....	II-28
Gambar III.1 Model Penelitian .....	III-5
Gambar III.2 Pertanyaan pertama responden.....	III-16
Gambar III.3 Pendidikan responden saat ini .....	III-16
Gambar III.4 Usia responden.....	III-17
Gambar III.5 Jenis kelamin responden.....	III-17
Gambar III.6 Domisili responden .....	III-18
Gambar III.7 Bimbel <i>online</i> yang pernah/sedang/berencana diikuti responden .....	III-18
Gambar III.8 Bimbel <i>online</i> X.....	III-19
Gambar III.9 <i>Path model</i> penelitian .....	III-20
Gambar III.10 Revisi <i>path model</i> penelitian .....	III-28
Gambar III.11 <i>Path model</i> penelitian dengan hasil pengujian .....	III-34
Gambar III.12 IPMA <i>matrix</i> .....	III-36
Gambar IV.1 Contoh potongan harga Dana.....	IV-11
Gambar IV.2 <i>Engagement rate Instagram</i> Sinotif .....	IV-12
Gambar IV.3 Contoh konten edukatif Zenius .....	IV-13
Gambar IV.4 Contoh konten promosi Zenius .....	IV-14

Gambar IV.5 Contoh konten <i>games</i> Ruangguru .....	IV-15
Gambar IV.6 Contoh konten testimoni Sinotif.....	IV-16
Gambar IV.7 Contoh konten inspiratif Zenius .....	IV-17
Gambar IV.8 Contoh foto produk Ruangguru .....	IV-18
Gambar IV.9 Contoh <i>review</i> dan pemberian kode promo .....	IV-19
Gambar IV.10 Contoh foto produk Unpar .....	IV-20
Gambar IV.11 Contoh pembuatan konten menarik Unpar .....	IV-21
Gambar IV.12 Contoh <i>video</i> iklan rasional .....	IV-24
Gambar IV.13 Contoh <i>video</i> iklan emosional .....	IV-25
Gambar IV.14 Contoh maskot Duolingo .....	IV-26
Gambar IV.15 Contoh <i>website portal</i> Unpar .....	IV-28
Gambar IV.16 Contoh <i>video</i> panduan penggunaan IDE Unpar .....	IV-29

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	KUESIONER PENELITIAN .....	A-1
LAMPIRAN B	DATA PENELITIAN.....	B-1





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab pertama dalam laporan ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah serta identifikasi masalah terkait Sinotif. Selain itu, juga akan dijelaskan mengenai perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### **I.1 Latar Belakang**

Era globalisasi yang maju seiring berjalannya waktu membuat kebutuhan manusia meningkat. Untuk dapat memberi dan menyediakan kebutuhan manusia di masyarakat, menimba pendidikan sangat penting. Menurut George F Kneller (1995), pendidikan dibagi menjadi tiga cakupan, yaitu luas, teknis dan hasil. Pendidikan dalam arti luas adalah suatu tindakan atau pengalaman yang mempunyai dampak atau pengaruh yang berhubungan dengan pertumbuhan pikiran. Pendidikan dalam arti teknis adalah proses dimana masyarakat melalui Lembaga Pendidikan untuk mewariskan budayanya berupa pengetahuan dan keterampilan pada generasi ke generasi. Sedangkan dalam arti hasil, Pendidikan adalah apa yang diperoleh melalui belajar. Pendidikan diwariskan untuk membentuk watak, pribadi, karakter, pengetahuan dan ilmu yang baik, agar dapat menciptakan generasi masa depan yang unggul. Pendidikan sendiri dapat disampaikan melalui beberapa lembaga, antara lain adalah sekolah dasar, sekolah menengah pertama dan atas, kuliah, dan bimbingan belajar.

Di Indonesia sendiri, terdapat banyak sekolah di berbagai macam daerah, berdasarkan data dari Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, terdapat 25.203.371 sekolah dasar, 10.112.022 sekolah menengah pertama, dan 4.976.127 sekolah menengah atas pada tahun ajaran 2019/2020. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan, setiap sekolah harus mengikuti SNP, yang bertujuan agar mutu pendidikan nasional terjamin, dan dapat membentuk watak peradaban bangsa yang bermartabat. Berdasarkan permendikbud No. 59 tahun 2012 pasal 1 ayat 2, adalah

evaluasi mandiri yang menetapkan kelayakan program dan satuan pendidikan jenjang pendidikan dasar dan menengah jalur formal dengan mengacu pada SNP, yang disebut sebagai akreditasi. Dalam usaha memperoleh nilai akreditasi bagus, yaitu A, terdapat beberapa aspek, fasilitas, sarana, sumber daya, dan salah satunya adalah nilai siswa yang baik. Setiap sekolah memiliki fasilitas dan sistem pengajaran yang berbeda-beda, bahkan saling berlomba agar menjadi sekolah ternama yang terpercaya dapat memberikan pendidikan kualitas tinggi bagi siswa-siswanya.

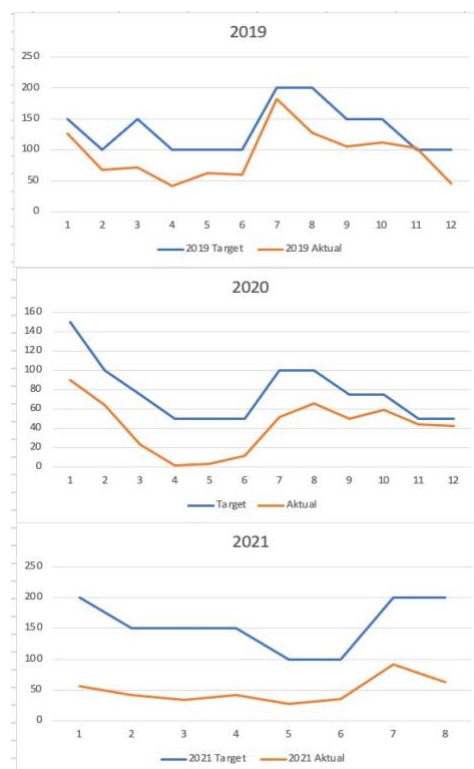
Setiap siswa memiliki karakteristik belajar yang berbeda-beda. Terdapat siswa yang dapat langsung mengikuti materi pelajaran dengan mudah, namun juga terdapat beberapa siswa yang tidak dapat mengikuti materi pembelajaran di sekolah. Beberapa hal yang dapat menjadi alasan atas permasalahan ini adalah kemampuan siswa yang tidak dapat mengikuti materi pelajaran di sekolahnya, serta sekolah yang memberikan pendidikan kualitas tinggi. Berdasarkan survey Penelitian dan Pengembangan KOMPAS pada November 2012, seorang siswa mengatakan bahwa terdapat beberapa guru yang menjelaskan materi dengan tidak jelas atau sulit dimengerti, dan materi pelajaran yang memiliki tingkat kesulitan yang tinggi dengan sekolah lain. Hasil dari survey tersebut menunjukkan bahwa 87,8% dari 770 responden menyatakan bahwa pelajar sekolah perlu mengikuti bimbingan belajar di luar sekolah.

Menurut Dewa Ketut Sukardi (2002), bimbingan belajar adalah bimbingan dalam menemukan cara belajar yang tepat, dalam memiliki program studi yang sesuai, dan dalam mengatasi kesukaran-kesukaran yang timbul berkaitan dengan tuntutan-tuntutan belajar di suatu institusi pendidikan. Tujuan dari bimbingan belajar sendiri adalah untuk membimbing siswa agar dapat belajar sesuai dengan standar sekolahnya masing-masing. Hal tersebut mencakup membuat tugas sekolah dan mempersiapkan diri siswa untuk ujian, menunjukkan cara mempelajari sesuatu, menunjukkan cara untuk menghadapi kesulitan dalam bidang tertentu, dan membantu siswa untuk menghadapi permasalahan pendidikan di sekolahnya dan di luar sekolah.

Dalam mengikuti rangkaian kegiatan belajar mengajar di sekolah dan bimbingan belajar, peserta pembelajaran diharuskan untuk datang kepada tempat institusi tersebut. Akan tetapi, pada tahun 2020, wabah virus Covid-19 memberi dampak cukup besar bagi seluruh masyarakat Indonesia. Berdasarkan Surat

Edaran Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan Dalam Masa Darurat Penyebaran Covid-19 yang dikeluarkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia pada tanggal 24 Maret 2020, proses belajar peserta pembelajaran dilaksanakan di rumah melalui pembelajaran jarak jauh agar tetap dapat memberikan pengalaman belajar yang bermakna bagi siswa. Dengan begitu, pembelajaran siswa sekolah dan bimbingan belajar dilakukan via daring, atau yang disebut sebagai *e-learning*. Nakaya (2007) mengungkapkan bahwa tidak semua peserta didik akan sukses dalam pembelajaran daring.

PT. Sinotif merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan layanan bimbingan belajar kepada siswa-siswi SD, SMP serta SMA di Indonesia. Sinotif sudah berdiri sejak tahun 1999 dan mempunyai fokus untuk selalu terpacu mencari metode teknik pembelajaran yang *visual*, *fun*, dan mudah dipelajari tanpa mengurangi kualitas materi pelajaran. Dengan pandemi Covid-19 yang masih terjadi sampai dengan tahun 2021, kegiatan belajar mengajar masih dilakukan secara daring, dan hal tersebut berdampak buruk pada Sinotif, seperti yang dapat dilihat pada Gambar I.1, mengenai tidak tercapainya target bulanan pada *customer* Sinotif Indonesia yang dapat dilihat dari tahun 2019, 2020 dan 2021.



Gambar I.1 Tidak tercapainya target jumlah siswa masuk Sinotif tahun 2019, 2020, 2021

Seperti yang dapat dilihat dari Gambar I.1, diketahui bahwa siswa masuk PT. Sinotif Indonesia per bulannya tidak pernah mencapai target bulanan. Pada tahun 2019, total target siswa masuk adalah sebanyak 1600 orang, sementara pada tahun tersebut siswa masuk hanya sebanyak 1102, dengan arti jumlah siswa masuk hanya mencapai 68,80% dari target yang ditentukan. Pada tahun 2020, siswa masuk hanya sebanyak 510 orang, dengan target sebanyak 925 orang, yaitu sebesar 55,13% dari target siswa masuk tercapai. Tahun 2021 sampai dengan bulan Agustus, target 1250 tetapi siswa yang masuk mencapai 394 orang, maka dari itu, pada tahun 2021 sampai dengan Agustus, target tercapai sebesar 31,52%. Dari pernyataan tersebut, kesimpulan yang dapat diambil adalah target siswa masuk tidak pernah tercapai, bahkan mengalami penurunan seiring berjalannya waktu.

## **I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Untuk dapat mencari akar dari permasalahan yang ada, dilakukan penelitian lebih jauh. Proses wawancara dilakukan kepada *general manager*, non-pelanggan Sinotif, *marketing manager*, dan pelanggan Sinotif. Wawancara yang dilakukan terhadap *general manager* dan *marketing manager* bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi dan perbaikan yang sudah dilakukan oleh Sinotif, sementara wawancara yang dilakukan kepada non-pelanggan Sinotif serta pelanggan Sinotif bertujuan untuk mengetahui kinerja Sinotif di mata target pasar serta pelanggan.

Oleh karena itu, dilakukan wawancara kepada *general manager* PT. Sinotif untuk mengetahui akar dari permasalahan yang ada dari sisi internal. Hal ini dilakukan untuk mengetahui tindakan yang diambil oleh Sinotif guna menyelesaikan permasalahan penggantian sistem pembelajaran menjadi daring. Setelah melakukan wawancara, diketahui bahwa Sinotif mengubah sistem pelayanannya karena sistem pembelajaran daring.

Dengan diubahnya sistem pelayanan, beberapa dampak positif diterima oleh siswa-siswi, pemilik dan juga karyawan Sinotif. *General manager* Sinotif mengatakan bahwa Sinotif tidak perlu mengeluarkan biaya banyak karena pelayanan bimbingan belajar dilakukan melalui *zoom*, dan Sinotif menutup cabangnya dari 18 cabang menjadi 4 cabang total. Selain menghemat biaya sewa gedung sebanyak 14 gedung, Sinotif juga menghemat biaya transportasi

karyawan, biaya listrik dan juga biaya air. Selain itu, guru menjadi lebih terfokus kepada masing-masing tipe sekolah dan kelas siswa karena kualifikasi guru yang sudah dilakukan dengan efektif. Sebelum pandemi, setiap cabang Sinotif harus memiliki guru yang memiliki bidang pada masing-masing kategori, seperti guru nasional, nasional plus, internasional, juga pada masing-masing tingkatan sekolah yaitu SD, SMP, dan SMA.

Dengan pengajaran yang dilakukan dengan online, Sinotif mengalami penghematan pada sumber daya manusia, karena guru bidang masing-masing kategori dan tingkatan sekolah berada pada 1 *platform* daring, yang dapat diakses guru tersebut dari kota ataupun wilayah manapun. Selanjutnya, laporan pertanggungjawaban yang sudah berjalan dan direalisasikan, orang tua siswa Sinotif dapat mengetahui perkembangan siswa, motivasi belajar siswa serta informasi mengenai siswa tersebut. Selain itu, *engagement* orang tua dengan Sinotif menjadi tinggi, dan dengan hal tersebut, orang tua Sinotif mengetahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh Sinotif sesuai dengan keinginan orang tua.

Dengan pelayanan yang sudah diadaptasi dengan kegiatan belajar mengajar daring, dilakukan wawancara dengan *marketing manager* dari Sinotif untuk mengetahui permasalahan apa saja yang dihadapi oleh Sinotif serta usaha yang sudah dilakukan sebelum dan setelah terdampak pandemi. Diketahui bahwa tujuan dari *marketing* Sinotif sekarang ini adalah untuk menjangkau target market di seluruh Indonesia dan memperoleh siswa masuk yang mencapai target yang ditentukan setiap bulannya. Namun, menurut *marketing manager* Sinotif, aktivitas pemasaran yang telah dilakukan oleh Sinotif dilakukan dengan tidak efektif. Pada sebelum dimulainya pandemi, Sinotif sering menjadi sponsor pada acara sekolah dan memberikan *voucher* berupa promosi *trial* belajar gratis satu kali kepada siswa. Akan tetapi, dengan adanya halangan pandemi, Sinotif memilih untuk menunda menjadi sponsor pada acara sekolah, sehingga *voucher* promosi *trial* belajar tidak disebar sebanyak dahulu sebelum terjadinya pandemi, dan penyebaran *voucher* dirasa kurang efektif dalam menarik siswa baru.

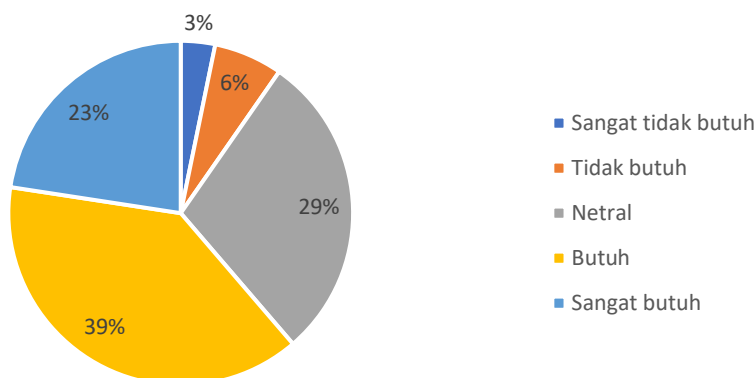
Pada saat pandemi mulai, Sinotif mencoba berbagai cara pemasaran, termasuk memasang iklan pada *Instagram* dan juga *Facebook*. Selain itu, Sinotif juga memasang iklan di jalan berupa baliho. Namun, usaha yang telah dilakukan Sinotif masih belum menjamin meningkatnya penjualan. Dengan usaha yang sudah dilakukan oleh tim pemasaran Sinotif, masih banyak sekali target pasar

Sinotif yang belum mengetahui atau menyadari bahwa terdapat layanan bimbingan belajar yaitu Sinotif. Hal ini juga dapat dilihat pada keinginan *marketing manager* untuk memiliki lebih dari 10.000 pengikut di akun *@sinotif.official* pada aplikasi *Instagram*, akan tetapi baru memiliki sebanyak 2.697 pengikut. *Marketing manager* Sinotif merasa bahwa cara pemasaran yang telah dilakukan oleh Sinotif belum efektif dan belum menghasilkan dampak yang signifikan. Beliau juga berkata bahwa beliau ingin mengganti metode pemasaran yang sesuai dengan era digital. Beliau merasa Sinotif memiliki banyak saingan pada masa pandemi ini, seperti Ruangguru, Zenius, dan banyak pesaing lainnya yang memberikan layanan jasa bimbingan belajar daring.

Kemudian, dilakukan wawancara kepada 32 responden non-pelanggan Sinotif, untuk mengetahui apakah bimbingan belajar dibutuhkan pada masa pandemi ini. Wawancara dilakukan dengan responden yang berada di berbagai macam kota. Hasil dari wawancara mengatakan 75% dari responden berkata materi matematika, fisika atau kimia susah, dengan 46,9% diantaranya menyatakan bahwa ketiga pelajaran tersebut tidak disampaikan dengan baik oleh guru. Menurut responden, terdapat beberapa guru yang menjelaskan terlalu cepat, menjelaskan dengan tidak ada penekanan, tidak jelas, cara penyampaian yang membosankan, terdapat juga beberapa guru yang galak sehingga siswa takut untuk bertanya.

Dengan diketahui bahwa penyampaian materi dari guru sekolah tidak dilakukan dengan baik, peneliti bertanya mengenai seberapa butuh siswa tersebut untuk mengikuti bimbingan belajar pelajaran matematika, fisika dan kimia. Kebutuhan siswa diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5, dengan 1 = sangat tidak butuh, 2 = tidak butuh, 3 = netral, 4 = butuh dan 5 = sangat butuh. Berikut merupakan diagram lingkaran dari hasil responden.

Seberapa butuh kamu mengikuti bimbingan belajar matematika, fisika dan kimia ?

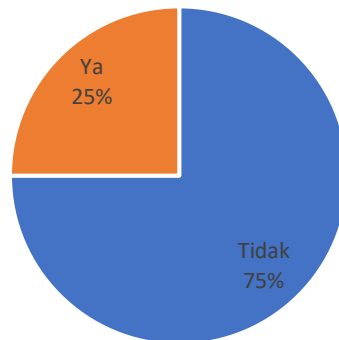


Gambar 1.2 Hasil wawancara kebutuhan siswa mengikuti bimbingan belajar

Dari Gambar 1.2, diketahui bahwa 23% di antara responden merasa bahwa mengikuti bimbingan belajar sangat diperlukan dan 39% di antara responden merasa butuh mengikuti bimbingan belajar. Beberapa alasan yang mendukung pernyataan ini adalah karena mereka membutuhkan bantuan dalam memahami materi yang susah diajarkan di sekolah, juga untuk membantu siswa tersebut mempersiapkan ujian sekolah maupun ujian masuk sekolah atau kuliah. Namun, hanya 15,6% dari responden mengetahui tentang Sinotif dan sisanya 84,4% tidak mengetahui keberadaan Sinotif. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak siswa sekolah yang tidak mengetahui layanan bimbingan belajar yaitu Sinotif.

Dari 20 responden yang mengatakan bahwa mereka tertarik mengikuti bimbingan belajar, diberi penjelasan singkat mengenai Sinotif dan layanan bimbingan belajar yang diberikannya. Pertanyaan yang dilontarkan setelahnya adalah tertarik tidaknya responden tersebut mengikuti bimbingan belajar Sinotif. Berikut merupakan hasil wawancara dari pertanyaan tersebut.

Apakah anda tertarik untuk mengikuti bimbingan belajar SINOTIF?



Gambar I.3 Hasil wawancara ketertarikan responden mengikuti Sinotif

Dapat dilihat dari Gambar I.3, bahwa 75% dari responden tidak memiliki rasa ketertarikan untuk mengikuti bimbingan belajar Sinotif. Dimana 25% yang tertarik ini tertarik dengan sistem pelayanan yang ditawarkan oleh Sinotif karena sesuai dengan kriteria mereka dengan kecocokan pada harga jasa yang ditawarkan. Sementara 75% responden lainnya mengatakan bahwa Sinotif jarang menjadi pilihan layanan bimbingan belajar karena jarang terdengar, *postingan* yang sedikit pada *Instagram*, dan promo yang ditawarkan kurang menarik.

Peneliti ingin menggali lebih dalam permasalahan kepada responden berupa yang bukan merupakan pelanggan Sinotif, tetapi tetap termasuk dalam target pasar Sinotif. Wawancara ini ditujukan untuk mengetahui alasan mengapa target pelanggan tidak memilih pelayanan Sinotif. Pertanyaan wawancara berupa “Bagaimana pendapat Anda mengenai Sinotif dan mengapa tidak memilih Sinotif menjadi pilihan layanan bimbingan belajar Anda saat ini?” Berikut merupakan hasil dari wawancara yang sudah dilakukan.

Tabel I.1 Hasil wawancara non-pelanggan mengenai Sinotif

Bentuk Pendapat	Frekuensi
Mahal	4
Paket tidak cocok	2
Memiliki kualitas pelayanan yang tinggi	3
Kurang pengetahuan mengenai Sinotif	4



Dari Tabel I.1, diketahui pendapat non-pelanggan mengenai Sinotif yang diperoleh dengan total wawancara 11 responden. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, 4 diantara 11 responden berpendapat bahwa Sinotif merupakan tempat bimbingan belajar yang mahal. Tiga dari sebelas responden berpendapat bahwa Sinotif mempunyai mutu serta kualitas yang bagus. Terdapat dua orang responden yang berpendapat bahwa Sinotif tidak memberikan paket layanan les yang diminati oleh responden, karena responden hanya membutuhkan les dalam jangka waktu pendek. Selain itu, 4 responden lainnya berkata bahwa mereka tidak mengetahui Sinotif, beserta pelayanan yang diberikan Sinotif.

Dari hasil wawancara ini, diketahui bahwa terdapat beberapa alasan yang membuat target pasar tidak memilih Sinotif. Alasannya adalah karena harga yang ditawarkan mahal, tidak terdapat paket produk yang cocok untuk siswa berkomitmen jangka pendek, dan target pasar Sinotif juga tidak mengenal Sinotif serta jasa atau pelayanan yang ditawarkan oleh Sinotif.

Permasalahan mengenai alasan target pasar tidak memilih Sinotif digali lebih dalam dengan bertanya mengenai layanan bimbingan belajar daring yang diinginkan. Wawancara dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan target pasar dalam memilih layanan bimbingan belajar. Wawancara dilakukan kepada 30 responden target pasar Sinotif. Berikut merupakan rekapitulasi dari hasil wawancara.

Tabel I.2 Hasil wawancara mengenai faktor-faktor yang dipertimbangkan

Kategori	Bentuk	Frekuensi
Metode pembelajaran	<i>Live-interactive</i>	6
	<i>Record</i>	4
Pelayanan guru	Ramah	8
	Sabar	8
	Jelas menjelaskan materi	9
Jadwal bimbingan	Fleksibel	8
Harga	Terjangkau	7

(lanjut)

Tabel I.2 Hasil wawancara mengenai faktor-faktor yang dipertimbangkan (Lanjutan)

Kategori	Bentuk	Frekuensi
Kondisi kelas	Kondusif	3
Variasi kelas	<i>Private</i>	3
	<i>Semi private</i>	1
Materi	Sesuai dengan sekolah	2
Brand	Terkenal	2
Adanya waktu istirahat		1
Dapat bertanya diluar jam les		1
Rekomendasi teman		4
Teman melakukan bimbingan di tempat tersebut		3

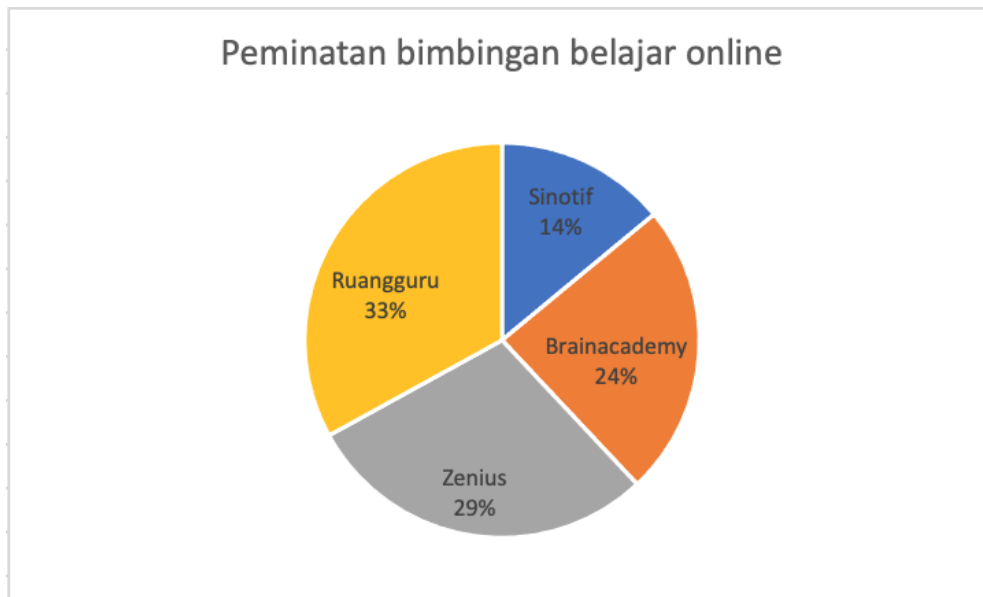
Pada Tabel I.2, diketahui pertimbangan target pasar dalam memilih layanan bimbingan belajar *online*. Lima dari lima belas responden berkata bahwa mereka membutuhkan layanan bimbingan belajar yang *live-interactive*, yang berarti bahwa mereka langsung diajarkan oleh guru secara langsung. Namun, 4 dari 15 responden berkata bahwa mereka juga menginginkan video materi yang dirangkum dengan menarik. Alasan untuk hal ini adalah karena agar waktu belajar lebih fleksibel, dan dapat diulang kembali video apabila tidak mengerti. Lima responden berpendapat membutuhkan latihan soal tambahan ataupun simulasi ujian, agar dapat membantu ujian sekolah serta tes masuk sekolah seperti UTBK, UN, dll. Enam dari responden mengatakan bahwa mereka membutuhkan guru yang ramah dan sabar, dengan 2 dari 15 responden berkata bahwa mereka ingin memiliki kelas yang kondusif.

Terdapat beberapa pesaing bimbingan belajar lainnya selain Sinotif seperti Zenius, Ruangguru, Brainacademy, dan masih banyak lagi. Untuk dapat mengetahui perbedaan dari Sinotif serta ketiga pesaing yang sudah disebutkan, dilakukan analisa dengan mendaftarkan beberapa fitur dan fasilitas, dan kemudian dilakukan *checklist*. Berikut merupakan tabel perbandingan pesaing bimbingan belajar.

Tabel 1.3 Perbandingan pesaing bimbingan belajar *online*

Kategori	Zenius	Ruangguru	Brainacademy	Sinotif
<i>Live-interactive</i>	v	v	v	v
Bank soal	v	v	v	
<i>Tryout</i>	v	v	v	v
Latihan Soal	v	v	v	v
Pembahasan Soal	v	v	v	v
<i>Video pembelajaran</i>	v	v	v	v
<i>Private</i>	v	v		v
<i>Semi private</i>				v
Kelas	v	v	v	v
<i>Skill academy</i>	v	v		
Robot guru		v		
Variasi paket	v	v	v	v
Aplikasi	v	v	v	
Web	v	v	v	v
Konsultasi jurusan	v		v	
Rangkuman materi	v		v	v
Kelas offline			v	

Seperti yang dapat terlihat pada Tabel 1.3, beberapa kategori daftar merupakan kategori pertimbangan non-responden dalam memilih bimbingan belajar. Selain itu, terdapat juga fitur lainnya seperti robot guru, *skill academy*, kelas *offline*, konsultasi jurusan, rangkuman materi, aplikasi, web, dan variasi paket. Bimbingan belajar Sinotif sendiri tidak memiliki beberapa fitur yang dimiliki oleh pesaing lainnya, seperti robot guru, dimana siswa dapat melontarkan pertanyaan kepada robot guru dan mendapatkan jawaban langsung. Beberapa fitur lainnya yang tidak dimiliki oleh Sinotif adalah *skill academy*, dimana pesaing tersebut mengajarkan subjek yang menjurus kepada peminatan target pasar, lalu terdapat juga kelas *offline*, dimana siswa dapat langsung datang kepada tempat les untuk mengalami pengajaran *offline*. Setelah mengetahui fitur yang dimiliki oleh pesaing, dilakukan wawancara kepada non-pelanggan berjumlah 20 yang memiliki ketertarikan mengikuti bimbingan belajar.



Gambar I.4 Hasil wawancara peminatan bimbingan belajar *online*

Hasil wawancara kepada non-pelanggan berjumlah 20 dapat dilihat Gambar I.4. Gambar grafik ini membuktikan bahwa walaupun non-responden tersebut mengetahui fitur yang dimiliki oleh berbagai macam bimbingan belajar *online*, masih sedikit yang tertarik untuk mengikuti bimbingan belajar di Sinotif, yaitu sebanyak 14%.

Nina Dewi (2018) mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih bimbingan belajar. Beberapa faktor diantaranya adalah mutu pendidikan, jenis layanan yang ditawarkan, harga jual, sistem pembayaran, pengaruh kawan, dan kekuatan *brand*. Terdapat beberapa penelitian mengenai niat beli konsumen terhadap bimbingan belajar *online*, yaitu teori kepercayaan dan teori pencarian informasi. Penelitian ini didukung oleh Zhao et al., beserta Shi et al., dan menunjukkan bahwa kedua teori tersebut sangat penting dalam memengaruhi niat beli konsumen terhadap bimbingan belajar *online*.

Selain itu, Michael Aristian (2016) melakukan penelitian mengenai niat penggunaan *e-learning* serta faktor yang memengaruhi. Michael berpendapat bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, keyakinan diri dan norma subyektif memengaruhi niat penggunaan *e-learning*.

Menurut Kotler dan Keller (2009), niat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan adanya perkembangan teknologi,

masyarakat mulai memanfaatkan melakukan transaksi dengan menjual dan membeli produk ataupun jasa melalui *platform digital*.

Kim dan Ko (2012) mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam membeli suatu produk ataupun jasa melalui pemasaran media sosial. Faktor tersebut adalah hiburan, interaksi, *trendiness*, *customization*, dan *word of mouth (WOM)*. Kelima aspek tersebut berpengaruh dengan minat beli konsumen dalam membeli jasa bimbingan belajar secara daring.

Terdapat banyak faktor yang memengaruhi keputusan niat beli konsumen secara daring, terutama dalam membeli jasa bimbingan belajar daring Sinotif. Dengan rendahnya keputusan niat beli pada Sinotif, identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pembelian jasa bimbingan belajar Sinotif perlu dilakukan. Identifikasi ini dilakukan guna memberi usulan perbaikan agar dapat menambah penjualan siswa masuk agar dapat mencapai target penjualan Sinotif setiap bulannya.

Dengan diketahuinya akar dari permasalahan yang ada, perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Faktor apa saja yang memengaruhi niat beli konsumen mengikuti bimbingan belajar secara daring?
2. Usulan perbaikan apa yang dapat diberikan guna meningkatkan niat mengikuti bimbingan belajar Sinotif secara daring?

### **I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Adapun terdapat pembatasan dalam masalah yang ada serta asumsi pada penelitian ini agar masalah dapat lebih terfokus dan terstruktur sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada dengan tepat dan akurat. Adapun beberapa batasan pada penelitian ini berupa:

1. Data siswa masuk hanya ada pada bulan Januari 2019 sampai dengan Agustus 2021.
2. Penelitian yang dilakukan pada PT Sinotif hanya mencapai tahap pemberian usulan perbaikan permasalahan, tidak mencapai tahap implementasi.

Adapun asumsi yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memudahkan pengolahan data. Asumsi yang terdapat pada penelitian ini berupa tidak terjadi perubahan pada kualitas, harga dari pelayanan yang ditawarkan oleh

PT Sinotif Indonesia, kondisi ekonomi, ataupun hal lainnya yang dapat menyebabkan penelitian menjadi tidak relevan.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Dengan adanya perumusan masalah pada penelitian, terdapat juga tujuan penelitian agar dapat menyelesaikan permasalahan yang ada pada perumusan. Berikut merupakan beberapa tujuan pada dilakukannya penelitian ini.

1. Mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi niat beli konsumen mengikuti bimbingan belajar secara daring.
2. Mengetahui usulan perbaikan terbaik apa yang dapat diberikan guna meningkatkan niat mengikuti bimbingan belajar Sinotif secara daring.

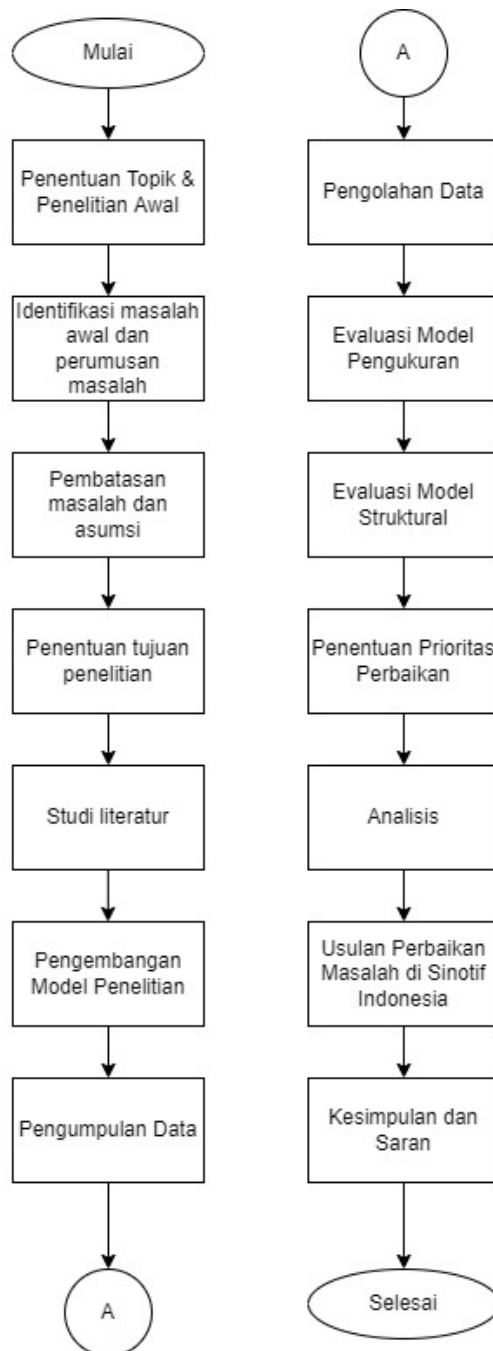
#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini, terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh. Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pemilik perusahaan dan juga bagi pembaca. Adapun manfaat yang dapat diberikan oleh penelitian adalah sebagai berikut.

1. Dapat membantu pemilik masalah untuk mengetahui permasalahan, dan melakukan perbaikan agar dapat meningkatkan tingkat penjualan.
2. Dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### **I.6 Metodologi Penelitian**

Pada Subbab ini, akan dijelaskan mengenai langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian. Metode penelitian ini disusun dengan tujuan agar dapat menunjukkan gambaran besar dari tahapan yang akan dilakukan dari awal sampai dengan akhir. Adapun tahapan yang akan dilakukan berupa penentuan topik & penelitian awal, identifikasi masalah dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, penentuan tujuan dan manfaat penelitian, studi literatur, pengembangan model penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural, penentuan prioritas perbaikan, analisis, usulan perbaikan masalah, serta kesimpulan dan saran.



Gambar I.5 Metodologi Penelitian

#### 1. Penentuan Topik & Penelitian Awal

Penentuan topik merupakan langkah pertama dalam melakukan penelitian ini. Topik dapat ditentukan dari observasi terhadap fenomena saat ini, apakah fenomena tersebut berpotensi untuk dilakukan penelitian. Potensi fenomena tersebut didukung oleh studi literatur. Setelah menentukan topik, selanjutnya dilakukan penelitian awal berupa

melakukan observasi dan wawancara awal kepada objek penelitian. Hal ini dilakukan untuk memastikan objek memiliki fenomena yang sesuai, dan agar dapat melakukan identifikasi permasalahan yang ada terhadap objek penelitian.

2. Identifikasi masalah dan perumusan masalah

Penelitian dilanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu identifikasi masalah dan perumusan masalah. Hal ini dilakukan untuk mengetahui akar dari permasalahan yang ada, serta solusi yang dapat dilakukan untuk menanggulangi permasalahan yang ada. Identifikasi masalah dilakukan dengan mengolah informasi permasalahan objek penelitian dengan literatur. Perumusan masalah adalah solusi untuk dapat menanggulangi permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian yang dilakukan.

3. Pembatasan masalah dan asumsi

Dilakukan pembatasan masalah dan asumsi agar penelitian berjalan dengan lancar dan terfokus kepada menanggulangi permasalahan yang ada. Pembatasan masalah dilakukan untuk membatasi permasalahan yang terlalu luas, sementara asumsi diberikan agar dapat memudahkan jalannya penelitian.

4. Penentuan tujuan dan manfaat penelitian

Setelah mengetahui batasan dan asumsi pada penelitian, ditentukan tujuan serta manfaat penelitian. Tujuan penelitian harus menjawab perumusan masalah yang sudah ditentukan untuk penelitian, sementara manfaat penelitian adalah penjabaran manfaat dilakukannya penelitian bagi peneliti, dan bagi objek penelitian.

5. Studi literatur

Studi literatur dilakukan agar peneliti dapat mendalami materi yang dilakukan untuk membantu penelitian. Studi literatur berisi pembelajaran mengenai metode yang digunakan, teori mengenai metode yang digunakan, dan cara untuk mengatasi masalah dari penelitian. Kemudian, dilakukan juga penentuan model penelitian, dimana peneliti mencari model penelitian pendahulu dan menentukan model penelitian yang cocok untuk dapat diimplementasikan pada penelitian terkait.



6. Pengembangan Model Penelitian

Pada tahap pengembangan model penelitian dilakukan penentuan variabel dan atribut, penentuan hipotesis dan operasionalisasi variabel. Penentuan variabel dan atribut dilakukan untuk mengetahui variabel ataupun atribut yang sekiranya mempengaruhi *e-learning purchase intention*. Penentuan variabel dan atribut dipengaruhi oleh hasil wawancara mengenai faktor yang memengaruhi niat konsumen mengikuti bimbingan belajar *online*. Kemudian, dilakukan penentuan hipotesis untuk mengetahui perkiraan hubungan dengan variabel *e-learning purchase intention*. Lalu, dilakukan operasionalisasi variabel untuk dapat mengetahui definisi masing-masing variabel dan butir pengukuran untuk menilai variabel.

7. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data yang relevan untuk penelitian. Langkah pertama yang dilakukan adalah menyusun kuesioner dari butir pengukuran. Kalimat pernyataan diubah agar menyesuaikan target responden yaitu murid SMP dan SMA yang bersekolah di Indonesia.. Kemudian, dilakukan *pretest* terhadap target responden untuk memastikan mereka dapat menjawab kuesioner. Lalu, disebarkan kuesioner kepada para responden.

8. Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan setelah diiperoleh data dari kuesioner yang disebarkan. Pengolahan data dilakukan dengan menyeleksi data kuesioner, kemudian melakukan rekapitulasi untuk profil responden. Lalu langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi pengukuran model dan evaluasi pengukuran struktural. Langkah pertama yaitu menyeleksi data kuesioner dilakukan dengan menghilangkan data yang tidak berkualitas pada penelitian, seperti jawaban kuesioner yang memiliki pola *straight line* dan jawaban kuesioner yang inkonsisten. Melakukan rekapitulasi untuk profil responden dilakukan dengan memahami hasil demografis profil responden.

9. Evaluasi Model Pengukuran  
Pada tahap evaluasi model pengukuran, dilakukan uji variabilitas dan reliabilitas. Hal ini dilakukan untuk mengetahui relevansi dan ketepatan serta untuk dapat mengetahui konsistensi dari hasil penelitian.
10. Evaluasi Model Struktural  
Setelah melewati evaluasi model pengukuran, dilakukan evaluasi model struktural. Evaluasi ini dilakukan dengan menguji variabel-variabel dari penelitian ini untuk dapat memperoleh hasil penelitian terhadap *e-learning purchase intention*. Hasil dari tahap ini adalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap *e-learning purchase intention* serta nilai *total effects* nya.
11. Penentuan Prioritas Perbaikan  
Selanjutnya dilakukan penentuan prioritas perbaikan untuk dapat mengetahui variabel berpengaruh mana yang hasil diprioritaskan. Penentuan ini melakukan metode IPMA atau *importance performance matrix analysis*. Variabel dengan nilai *importance* yang tinggi dan *performance* yang rendah harus diprioritaskan.
12. Analisis  
Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap hasil profil responden, teknik pengumpulan data, hasil pengolahan data dan penentuan prioritas perbaikan.
13. Usulan perbaikan masalah  
Usulan perbaikan masalah dilakukan sesuai dengan analisis yang telah dibuat, guna mengatasi permasalahan yang dialami oleh Sinotif Indonesia. Usulan diberikan dengan urutan sesuai dengan hasil IPMA yang sudah dianalisis sebelumnya. Kemudian, dilakukan diskusi dengan pihak Sinotif Indonesia untuk mengetahui usulan yang diterima dan dipertimbangkan.
14. Kesimpulan dan saran  
Tahapan terakhir dalam penelitian berupa memberi kesimpulan bersama dengan saran. Kesimpulan menjawab perumusan masalah dari penelitian ini, lalu saran merupakan masukan yang diharapkan dapat membantu pihak Sinotif Indonesia, serta pihak pembaca lainnya yang ingin melakukan penelitian serupa.

## **I.7 Sistematika Penulisan**

Pada bagian ini akan dipaparkan sistematika penulisan dari laporan penelitian ini. Laporan terdiri dari 5 bagian, yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, serta kesimpulan dan saran.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pertama dalam laporan akan dipaparkan mengenai pendahuluan berupa latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan dan asumsi penelitian serta metodologi penelitian yang dilakukan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan Pustaka adalah bagian kedua yang berisi landasan dari teori yang digunakan dalam penelitian. Tinjauan Pustaka ini dapat diperoleh dari studi literatur, yaitu jurnal dan juga buku. Tinjauan Pustaka dilakukan agar dapat diketahui metode, atribut serta pengertian yang digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ketiga dalam laporan ini akan dijelaskan mengenai pengumpulan serta pengolahan data. Terdapat beberapa bagian dalam bab ini, yaitu model penelitian pendahulu, pengembangan model, operasionalisasi variabel, pengumpulan data, penjelasan profil responden yang diterima, evaluasi model penelitian dan penentuan prioritas perbaikan.

### **BAB IV ANALISIS DAN USUALN PERBAIKAN**

Bagian analisis dan usulan perbaikan berisi analisis terhadap pengolahan data yang sudah dilakukan, serta usulan perbaikan yang sudah didiskusikan. Analisis tersebut dilakukan dengan memberi tahu alasan mengapa menggunakan metode tersebut dan diharapkan dapat membantu permasalahan dari objek penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab kelima dalam penelitian ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang sudah dilakukan. Kesimpulan berisi jawaban dari rumusan masalah yang terdapat pada bab pertama, sementara saran berupa saran yang berguna bagi objek perusahaan dan penelitian selanjutnya.