

# Strategi Pemulihan Bisnis Lembaga bimbingan belajar pada Masa Adaptasi Pemulihan Baru

Rahman Parlindungan Siregar  
Universitas Tanjungpura, Pontianak  
\*Email : arlinrangkayo@yahoo.co.id

## Abstrak

Pandemi Covid-19 merupakan musibah bagi seluruh dunia yang berimbas pada segala segmen, diantaranya adalah segmen perekonomian dan pendidikan. Banyak pedagang dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang gulung tikar sejak merebaknya pandemi ini. Lembaga bimbingan belajar merupakan salah satu sector usaha yang terkena imbas dari pandemi ini. Walaupun telah memasuki masa adaptasi baru, lembaga bimbingan belajar masih belum bisa mempertahankan keeksistensinya sehingga diperlukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien guna meningkatkan kembali daya jual jasa ini. Penelitian ini akan mengkaji strategi-strategi tepat guna yang dapat diaplikasikan pada lembaga bimbingan belajar sehingga bisa bangkit kembali dari keterpurukan. Beberapa cara yang dapat dilakukan antara lain memberlakukan batasan jumlah siswa di setiap kelas, pembukaan kelas privat, penurunan harga pendaftaran dan iuran SPP, serta promosi lembaga bimbingan belajar. Dengan melakukan metode-metode tersebut, diharapkan mampu menarik simpati dan minat orang tua murid terhadap lembaga bimbingan belajar sebagai sarana pendidikan non formal bagi anak-anaknya.

**Kata kunci:** Covid-19, lembaga bimbingan belajar, *new normal*, strategi pemulihan

## PENDAHULUAN

Pandemi *Corona Virus Disease* 2019, yang kemudian dikenal dengan Covid-19, merupakan musibah yang sangat memilukan bagi seluruh dunia. Seluruh segmen kehidupan manusia terkena dampak oleh pandemic tersebut, tanpa terkecuali. Penyebaran pandemi Covid-19 terjadi sangat cepat dan begitu mematikan sehingga ditakuti oleh seluruh masyarakat dunia. Tercatat sampai tanggal 19 November 2020 kasus positif Covid-19 di Indonesia mencapai 483.518 orang, dengan total pasien sembuh mencapai 406.612 orang dan angka kematian mencapai 15.600 orang (Harian Merdeka, 2020). Angka-angka ini terus bertambah setiap harinya secara signifikan, apalagi sampai sekarang disinyalir belum ada vaksin yang bisa menetralkan virus Covid-19 ini. Guna meminimalisir korban pandemi ini, pemerintah Indonesia mengambil kebijakan untuk melakukan *social distancing* (menjaga jarak sosial). Kebijakan ini kemudian diperbaharui menjadi menjaga jarak secara fisik (*physical distancing*). Selain itu, program 4M mulai digalakkan pada seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Isi program 4M antara lain mencuci tangan setiap habis bepergian, menggunakan masker setiap keluar rumah, menjaga jarak sosial, dan menjauhi kerumunan. Program ini merupakan langkah preventif guna menekan laju penyebaran virus Covid-19 di Indonesia.

Bersamaan dengan dikeluarkannya kebijakan *social distancing* oleh pemerintah pada bulan Maret 2020 lalu, aktivitas diseluruh sector usaha, industri, dan pemerintahan juga ikut terhenti dengan berlakunya Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB). Tidak hanya pihak pemerintah dan swasta yang menghentikan segala aktivitas yang dilakukan diperkantoran, pedagang dan pemilik industri hiburan juga tidak boleh beroperasi selama masa PSBB. Sekolah dan perguruan tinggi juga

terpaksa meliburkan seluruh siswa-siswinya demi memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Akibatnya, perekonomian masyarakat menjadi terganggu. Banyak keluarga yang kehilangan mata pencahariannya selama masa pandemi ini dengan berbagai alasan. Tidak hanya perusahaan besar yang merugi, banyak pula UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dan pedagang kecil lainnya yang akhirnya gulung tikar akibat lama tidak beroperasi.

Saat ini, Indonesia sudah memasuki masa adaptasi pemulihan baru (*new normal*). Kendati *physical distancing* masih diberlakukan, namun aktivitas perkantoran sudah mulai dibuka kembali dengan tetap menjaga protocol kesehatan. Walaupun aktivitas di pemerintahan dan swasta sudah kembali berjalan, namun hal ini tidak serta merta menaikkan perekonomian masyarakat. Banyak pedagang dan UMKM yang masih belum bisa beroperasi dengan berbagai alasan, salah satunya lembaga bimbingan belajar (Bimbel). Konsumen lembaga bimbingan belajar 90% adalah pelajar SD-SMA. Usia pelajar yang masih muda menyebabkan banyak orang tua yang khawatir untuk mengizinkan anak-anaknya belajar di luar rumah. Apalagi sampai saat ini pembelajaran tatap muka di sekolah masih ditiadakan. Oleh karena itu, banyak lembaga bimbingan belajar yang tidak bisa beroperasi sampai saat ini karena kehilangan pelanggan dan sepi peminat.

Ditinjau dari sisi konsumen, keberadaan bimbingan belajar sebetulnya sangat dibutuhkan selama masa pandemi ini. Selama masa pandemi, proses pembelajaran tatap muka ditiadakan dan digantikan melalui proses daring atau secara *online* di rumah masing-masing. Metode ini memberikan efek baik dalam jangka pendek serta dalam jangka panjang pada keberlangsungan system pendidikan di Indonesia. Dampak jangka pendek dirasakan oleh banyak keluarga di seluruh pelosok daerah Indonesia. Banyak keluarga di Indonesia yang kurang familiar melakukan sekolah dari rumah secara daring. Bersekolah di rumah bagi keluarga Indonesia adalah kejutan besar khususnya bagi produktivitas orang tua yang biasanya sibuk dengan pekerjaannya diluar rumah. Demikian juga dengan problem psikologis anak-anak peserta didik yang terbiasa belajar bertatap muka langsung dengan guru-guru mereka (Aji, 2020).

Proses pembelajaran yang berlangsung secara daring ini juga berjalan pada skala yang belum pernah terukur dan teruji. Hal ini dikarenakan metode ini belum pernah digunakan sebelumnya. Selain itu, masyarakat yang tinggal di desa-desa terpencil juga kesulitan mengikuti pembelajaran melalui daring yang disebabkan keterbatasan infrastruktur informasi teknologi. Sedangkan dampak jangka panjang dari pandemi ini yaitu aspek keadilan dan peningkatan ketidakesetaraan antar kelompok masyarakat dan antar daerah di Indonesia (Aji, 2020). Salah satu cara yang dapat dilakukan orang tua murid untuk membantu persiapan belajar anak-anaknya di rumah adalah dengan memberikan tambahan les atau bimbingan belajar dari luar.

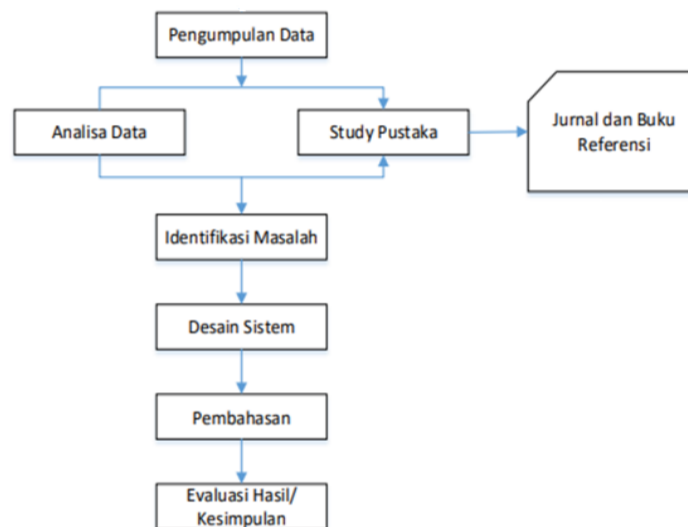
Problematika ini memicu dilema pada orang tua murid, antara ingin membantu pembelajaran anak-anak mereka di sekolah dan rasa takut anak-anaknya terjangkit Covid-19 jika keluar rumah. Hal ini pula yang menjadi tantangan berat bagi pelaku usaha lembaga bimbingan belajar sehingga perlu dilakukan beberapa inovasi agar aktivitas lembaga bimbingan belajar tidak mati. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemulihan pemasaran bisnis lembaga bimbingan belajar di masa adaptasi pemulihan baru. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan

pengetahuan untuk meningkatkan pelanggan jasa lembaga bimbingan belajar sehingga usaha ini bisa tetap berjalan dengan tetap menjaga protocol kesehatan. Selain itu, keberadaan lembaga bimbingan belajar juga diharapkan dapat membantu mengatasi kesenjangan pendidikan yang diterima siswa-siswi akibat keterbatasan informasi teknologi tentang pembelajaran secara daring.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif yang bersifat uraian dari hasil pengamatan dan studi dokumentasi. Pada tahap analisis, data-data yang diperoleh diolah dengan melakukan proses penyederhanaan kata agar mudah dipahami dan dibaca. Penelitian kualitatif yang dimaksudkan dalam penelitian disini adalah penelitian yang bermaksud untuk menjelaskan tentang apa yang dialami objek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi berbentuk bahasa dan kata-kata pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2017).

Subjek penelitian menjadi sumber informasi utama, informasi yang diperlukan diambil dari sumber informasi utama dan informasi tambahan yang diperlukan. Pengambil subjek penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan sampel bola salju (*snowball sampling*). Penelitian ini menggunakan keabsahan data yang dilakukan secara triangulasi. Analisa data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi. Adapun diagram penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pembelajaran di sekolah merupakan alat kebijakan public terbaik sebagai upaya peningkatan pengetahuan dan skill. Selain itu, banyak siswa beranggapan bahwa sekolah adalah tempat bagi mereka berinteraksi satu sama lain sehingga

dapat meningkatkan keterampilan sosial dan kesadaran kelas sosialnya. Dengan berhentinya aktivitas di sekolah menjadikan hal ini sebagai peluang bagi pemilik usaha pendidikan non formal untuk memindahkan suasana menyenangkan di sekolah ke lembaga pendidikan non formal milik mereka. Meskipun demikian, hal ini tentu tidak mudah mengingat batasan-batasan protocol kesehatan tetap harus dijalankan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk menanggulangi permasalahan tersebut.

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang member arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan persaingan yang selalu berubah. Penentuan strategi pemasaran harus menyesuaikan terhadap analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan (Assauri, 2013). Pada masa adaptasi pemulihan baru ini, yang menjadi ancaman bagi usaha Lembaga bimbingan belajar adalah rasa takut masyarakat terhadap pandemi Covid-19. Oleh karena itu, pemilik lembaga bimbingan belajar memerlukan strategi untuk menanggulangi atau meminimalisir ketakutan masyarakat terhadap Covid-19 sehingga tidak menghalangi jalannya aktivitas mereka.

Beberapa strategi dapat dilakukan lembaga bimbingan belajar untuk menarik minat konsumen pengguna jasa, antara lain sebagai berikut :

#### 1. Memberlakukan pembatasan jumlah siswa di setiap kelas

Pembatasan jumlah siswa di setiap kelas dilakukan untuk menjaga protocol kesehatan selama proses pembelajaran non formal berlangsung. Batasan siswa setiap kelas disesuaikan dengan besar kecilnya ruang kelas dan jumlah tentornya, misalnya untuk kelas kecil, dengan 1 tentor maksimal hanya 5 orang siswa yang diperbolehkan berada di dalam kelas. Tentor adalah sebutan bagi guru pendamping di kelas selama proses pembelajaran. Metode ini dilakukan untuk meminimalisir kontak fisik antar siswa serta antar asiswa dan tentornya. Selain itu, sebelum memasuki ruang kelas, siswa wajib mencuci tangan mereka dan menggunakan masker selama proses pembelajaran.

Konsekuensi dari kebijakan ini adalah diperlukannya tambahan kelas serta tenaga tentor untuk memfasilitasi semua siswa pengguna jasa lembaga bimbingan belajar. Namun hal ini dapat disiasati dengan cara, antara lain menambahkan alokasi waktu lain untuk kelas baru. Penambahan alokasi waktu untuk kelas baru dimaksudkan misalnya sebelum pandemi bimbingan belajar hanya beroperasi dari pukul 15.00-20.00, maka pada masa pandemi alokasi waktu ditambahkan dari pagi hari pukul 08.00. Dengan demikian, penggunaan tenaga tentor dapat dimaksimalkan dan tidak diperlukan mencari tambahan tenaga tentor yang terlalu banyak.

#### 2. Pembukaan kelas privat

Program kelas privat diadakan bagi orang tua siswa yang khawatir jika anak-anaknya bertemu dengan banyak orang. Dalam proses pembelajaran, siswa dianjurkan untuk tetap datang dan belajar di lembaga bimbingan belajar, bukan di rumah masing-masing. Dengan demikian, hal ini meminimalisir kontak fisik antara tutor yang datang dari luar rumah dengan keluarga konsumen lainnya yang berada di rumah. Alokasi waktu pembelajaran yang disediakan tetap sama dengan alokasi waktu belajar kelas reguler.

3. Melakukan penurunan harga pendaftaran dan iuran SPP lembaga bimbingan belajar

Promosi harga di lingkungan lembaga bimbingan belajar kepada konsumen juga menjadi poin utama yang perlu diperhatikan. Menurunnya perekonomian masyarakat selama masa pandemi sampai saat ini juga menjadi alasan turunnya peminat pengguna jasa lembaga bimbingan belajar. Jangankan untuk memikirkan pendidikan, bahkan masih banyak masyarakat yang belum mampu untuk memenuhi kebutuhan primer mereka, terutama yang tinggal di daerah pedesaan dan pinggiran kota. Oleh karena itu, perlu stimulus lain agar mereka dapat melihat lembaga bimbingan belajar sebagai sarana yang membantu pembelajaran di luar sekolah.

Pemberian diskon atau pemangkasan harga untuk pendaftaran siswa baru dan iuran SPP merupakan hal yang tepat dilakukan sebagai stimulus awal bagi orang tua murid. Hal ini akan meringankan beban orang tua siswa dalam mengalokasikan dana mereka untuk pendidikan buah hatinya. Pemberian diskon tentunya tidak dilakukan secara asal-asalan, namun dengan perhitungan yang matang sehingga pihak lembaga bimbingan belajar tidak akan menderita kerugian. Pemberian promosi juga dapat dilakukan dengan ketentuan bahwa siswa tersebut berhasil mengajak kerabatnya untuk bergabung bersama di lembaga bimbingan belajar tempat ia belajar. Pemberian diskon berdasarkan jumlah banyaknya kerabat yang berhasil direkrut oleh siswa atau orang tua siswa tersebut.

4. Promosi lembaga bimbingan belajar

Setelah melakukan beberapa inovasi-inovasi di atas, langkah selanjutnya melakukan promosi. Promosi dimaksudkan sebagai upaya untuk membujuk orang untuk menerima produk, jasa, konsep, dan gagasan kita. Hal ini dilakukan dengan memberikan informasi pada pasar tentang produk/jasa yang dijual, tempat, dan saatnya. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain dengan periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (Lubis, 2014). Dengan menerapkan metode-metode tersebut, pemilik lembaga bimbingan belajar dapat memperkenalkan inovasi-inovasi yang telah dilakukan kepada masyarakat secara luas.

Penerapan strategi-strategi di atas diharapkan mampu menarik simpati dan minat para orang tua murid terhadap kepedulian lembaga bimbingan belajar terhadap peningkatan mutu pendidikan siswa, namun dengan tetap memperhatikan protocol kesehatan.

## **SIMPULAN**

Lembaga bimbingan belajar merupakan salah satu sarana pembelajaran non formal yang sangat erat berhubungan dengan masyarakat. Peranan lembaga bimbingan belajar sangat besar untuk menunjang kesetaraan pendidikan yang diterima siswa-siswi di Indonesia. Selain itu, keberadaan lembaga ini turut membantu orang tua murid dengan produktivitas tinggi untuk memperhatikan perkembangan belajar anak-anaknya, dan tentunya menjadi wadah yang menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Strategi yang tepat dapat menyelamatkan usaha jasa ini di masa adaptasi pemulihan baru. Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain memberlakukan batasan jumlah siswa di setiap kelas, pembukaan kelas privat, penurunan harga (diskon) pendaftaran dan iuran SPP, serta promosi lembaga bimbingan belajar. Dengan melakukan metode-metode tersebut, diharapkan mampu menarik simpati dan minat orang tua murid terhadap Lembaga bimbingan belajar sebagai sarana pendidikan non formal bagi anak-anaknya.

## **REFERENSI**

- Aji, R. H. S. (2020). Dampak Covid-19 pada Pendidikan di Indonesia: Sekolah, Keterampilan, dan Proses Pembelajaran. 7(5), 395-402. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15314>
- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran. cetakan ke-12. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Harian Merdeka. (2020). Korban Covid-19 di Indonesia. <http://harian-merdeka.org/>.
- Lubis, A. N. (2014). Strategi Pemasaran dalam Strategi Bisnis. USU Digital Library.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). PT Remaja Rosda Karya.