

PENGARUH PROMOSI TERHADAP PEMINATAN PESERTA DIDIK DI PUSAT BIMBEL DAN KURSUS *JOY LEARNING CENTER* DESA PUGUNG RAHARJO LAMPUNG TIMUR

Nelson¹, Yuliana Yamin², Yessy Dekasari³

⁽¹⁾ *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai*
*email korespondensi: nelsonsaburai@gmail.com

Abstrak. Objek penelitian adalah Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur. Perumusan masalah penelitian terhadap 63 responden ini adalah Apakah Promosi berpengaruh terhadap peminatan peserta didik. Tujuan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Peminatan Peserta Didik di Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil uji hipotesis persamaan regresi antara variabel Promosi terhadap Peminatan Peserta Didik disimpulkan bahwa variabel Promosi menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel Peminatan Peserta Didik pada Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur sebesar 62,1%, sedangkan sisanya 37,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Hasil uji t didapat nilai $t_{hitung} = 10,007$. Bila dibandingkan dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 0,005 yaitu 2,66, maka $t_{hitung} = 10,007 > t_{tabel} 2,66$, disimpulkan bahwa hipotesa yang menyatakan terdapat pengaruh antara variabel Promosi (X) terhadap Peminatan Peserta Didik (Y) pada Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur diterima. Jadi variabel Promosi (X) berpengaruh terhadap variabel Peminatan Peserta Didik (Y).

Kata Kunci : Promosi, Peminatan Peserta didik.

Abstract. The object of this research is the Center for Bimbel and Joy Learning Center Course in Pugung Raharjo Village, East Lampung. The formulation of the research problem for these 63 respondents is whether promotion has an effect on students' specialization. The purpose of the study was to determine the effect of promotion on the interest of students at the Bimbel Center and Joy Learning Center Course in Pugung Raharjo Village, East Lampung. The data analysis method used is quantitative. Based on the results of the regression equation hypothesis testing between the Promotion variables and the Student Interests, it was concluded that the Promotion variable explained the variation of changes to the Student Specialization variables at the Center for Bimbel and Joy Learning Center Courses, Pugung Raharjo Village, East Lampung by 62.1%, while the remaining 37.9 % is explained by other factors not examined in this study. The results of the t-test obtained $t_{count} = 10.007$. When compared with t_{table} at a significant level of 0.005, which is 2.66, then $t_{count} = 10.007 > t_{table} 2.66$, it is concluded that the hypothesis which states that there is an influence between the Promotion variable (X) on Student Interest (Y) at the Center for Bimbel and Joy Learning Courses Pugung Raharjo Village Center, East Lampung was accepted. So the Promotion variable (X) has an effect on the Student Interest variable (Y).

Keywords: Promotion, Promotion, Student Interest.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia Pendidikan era
4.0 ini yang didukung oleh adanya

kemajuan teknologi bukan berarti keberadaan teknologi sudah dapat mewakili peran pendidik untuk lepas tangan dan membiarkan masyarakat peserta didik menikmati perkembangan teknologi tersebut. Seperti halnya salah satu aplikasi belajar yaitu Ruang Guru di mana seorang pendidik tidak bisa bertanya langsung kepada peserta didiknya sehingga pada umumnya murid khawatir karena tidak percaya diri dalam memahami mata pelajaran yang di bahas oleh pendidik dan ini menjadi salah satu kekurangan kemajuan teknologi di bidang pendidikan.

Pendidikan sebenarnya bukan hanya mengandalkan output sebagai luaran siswa peserta didik yang motoriknya bagus dan maju, namun sensorik juga merupakan hal yang menjadi perhatian utama. Kenapa hal ini harus dilakukan oleh peserta didik melalui tenaga pendidik untuk mengarahkan peserta didik yang diharapkan bukan hanya menjadi manusia yang bukan saja pintar dan cerdas tetapi juga berakhlak mulia dan menemukan potensi dirinya. Biasanya untuk mengarahkan peserta didik pendekatan personal kepada siswa dengan metode inquiry layak dilakukan, minat anak dapat mengeksplorasi apa saja yg ada disekitar lingkungan belajar anak sebagai media belajarnya (*Looseparts*).

Untuk menemukan potensi diri, peserta didik memperolehnya bukan hanya di bangku kelas, namun kelas tambahan semacam *private* atau kursus juga merupakan Lembaga non formal yang dapat mengganti dan mendukung peran guru disekolah masing-masing agar anak didiknya menjadi lebih cakap, cerdas dan memiliki kompetensi diri.

Kursus merupakan tempat belajar tambahan dan secara umum adalah pelaksanaan tambahan belajar sesuatu pengetahuan atau keterampilan dalam waktu yang relatif singkat. Kursus merupakan salah satu pendidikan yang diberikan di luar sekolah resmi (*non-formal*) untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan diri.

Istilah kursus merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu *course*, yang secara harfiah berarti mata pelajaran atau rangkaian mata pelajaran. Dalam PP Nomor 73 tahun 1991 dijelaskan bahwa kursus adalah satuan pendidikan luar sekolah yang terdiri atas sekumpulan warga masyarakat yang memberikan pengetahuan keterampilan dan sikap mental tertentu bagi warga belajar. Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan (2010) mendefinisikan "kursus sebagai proses pembelajaran tentang pengetahuan atau keterampilan yang

diselenggarakan dalam waktu singkat oleh suatu lembaga yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat dan dunia usaha/industri”.

Menurut Artasasmita (dalam Hatimah dan Sadri, 2008 : 4), kursus adalah sebagai mata kegiatan pendidikan yang berlangsung di dalam masyarakat yang dilakukan secara sengaja, terorganisir, dan sistematis untuk memberikan materi pelajaran tertentu kepada orang dewasa atau remaja dalam waktu yang relative singkat agar dapat memperoleh pengetahuan, ketrampilan, dan sikap yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan diri dan masyarakat. Contoh kursus antara lain : kursus menjahit, kursus komputer, kursus kecantikan dan masih banyak lagi.

Promosi erat kaitan kata ini dengan pemasaran. Pemasaran Lembaga Bimbingan Belajar merupakan pula upaya promosi. Pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016:27) adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemegang kepentingan.

Seharusnya promosi dilakukan dengan mengambil azas sebagaimana menurut Abdurrahman (2015 : 169), yakni

melalui periklanan yang merupakan presentasi non pribadi dan promosi, ide, barang, atau jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Bentuk presentasi nonpersonal yang berbayar dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor diidentifikasi melalui media cetak (koran dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel, *satellite*, *wireless*, media elektronik (rekaman suaranya, rekaman video, *videodisc*, CD-ROM, halaman web), dan media *display* (*billboard*, tanda-tanda, poster).

Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* adalah Lembaga bimbingan belajar yang berada di Desa Pugung Raharjo Kecamatan Sekampung Udik Kabupaten Lampung Timur. Lembaga ini letaknya berdekatan dengan situs peninggalan sejarah yaitu Museum Taman Purbakala. Selain itu, Lembaga ini juga berada di pusat Kecamatan dan pusat pendidikan.

Joy Learning Center merupakan Lembaga bimbingan belajar khusus yang bersifat privat dengan metode *system base learning* dan media *loosepart* dan dalam upaya menjaring masa atau masyarakat untuk berpartisipasi dalam kursus ini dikuatkan dengan slogan “*Fun Learning for Pre & Primary School*” (Sumber : Joy Learning Lampung Timur, 2022).

Metode pengajaran pada Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur ini adalah STEAM (*science, technology, engineering, art, dan mathematics*) Based Learning, dimana anak belajar calistung, sambil menggali potensi yang ada pada diri mereka, melalui *critical thinking, communicate, assesment*, mengenal *problem solving*, serta dengan metode *inquiry*, dimana pembelajaran berpusat pada minat anak, sehingga anak dapat mengeksplorasi apa saja yang ada disekitar lingkungan belajar anak sebagai media belajarnya (*Looseparts*).

Dari keterangan tentang kursus sebagaimana disebutkan di atas itulah langkah yang selama ini dilakukan untuk menarik minat peserta didik untuk bergabung dan upaya ini adalah prosedur tahunan Lembaga ini yang dijalankan dengan cara promosi dengan harapan permintaan peserta didik di Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur semakin meningkat.

Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* menerima peserta didik PAUD, TK, SD, SMP, dan SMA. Bimbingan belajar dan kursus dengan menggunakan metode pendekatan personal

kepada siswa dengan metode *inquiry*, dimana pembelajaran berpusat pada minat anak, sehingga anak dapat mengeksplorasi apa saja yang ada disekitar lingkungan belajar anak sebagai media belajarnya (*Looseparts*). Dengan metode ini tentu saja dibarengi dengan langkah promosi pada sebelum awal tahun ajaran baru yang diperuntuk bagi masyarakat pengguna yang belum mengetahui Lembaga kursus ini.

Penyelenggaraan kursus pendidikan pada Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur diasuh oleh Ibu Ririn Wulandari ini telah berjalan lebih dari 7 tahun, berdiri pada tahun 2015 dan dewasa ini didukung oleh tenaga pendidik yang kompeten dibidang masing-masing.

Sedangkan tenaga administrasi di lembaga ini yang bertugas memenuhi segala keperluan, seperti adanya ruang belajar yang *representative* (tidak membosankan), ruang simulasi sehingga peserta didik menjadi betah serta urusan administrasi lainnya adalah terdiri dari Ketua lembaga, Sekretaris, Bendahara, Staf dan beberapa orang karyawan sehingga jumlah pengelola adalah 21 Orang. Sedangkan tenaga pendidik adalah mereka yang dipersilahkan untuk bekerja *Free* (bebas) dan hanya datang sesuai dengan jadwal mengajar saja.

Mengingat adanya usaha sejenis dilokasi yang berdekatan, maka menarik siswa baru sebagai peserta didik diperlukan upaya Promosi Bimbel. Promosi Bimbel ini di edarkan bukan hanya kepada peserta didik langsung, tetapi juga diarahkan pada orang tua selaku wali murid untuk kiranya dapat tertarik dengan adanya tawaran bimbingan belajar yang dilaksanakan. Sedangkan untuk peserta didik sederajat SMA/SMK yang diperkirakan akan memasuki jenjang yang lebih tinggi yakni perkuliahan, maka promosi ini pun harus mencantumkan kompetensi untuk masuk perguruan tinggi dan bahkan bimbingan belajar untuk memasuki dunia kerja seperti Tes CPNS.

Upaya promosi yang dilakukan agar harapan peminatan peserta didik di Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur semakin meningkat, dilakukan dengan media sosial, brosur dan *word of mouth* (getok tular) dengan dibarengi dengan pemberian kompensasi bagi siapa saja terutama karyawan apabila mendapatkan 10 peserta didik baru akan mendapat imbalan yang memadai. Inilah upaya yang merupakan pola pemasaran Lembaga bimbingan belajar ini yang selama ini dilaksanakan.

Berdasarkan pengamatan dan kondisi yang ada saat ini, sekalipun letak kursus

strategis namun tanda yang menunjukkan keberadaan Lembaga ini kurang jelas terpampang sehingga menjadi salah satu sebab kurang di ketahuinya Lembaga ini sebagai Lembaga kursus. Selain itu juga Lembaga Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur belum sepenuhnya melakukan upaya periklanan yang merupakan presentasi non pribadi dan promosi ide, barang, atau jasa yang di bayar oleh sponsor tertentu. Bentuk presentasi non personal yang berbayar dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor diidentifikasi melalui media cetak (koran dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel, *satellite*, *wireless*), media elektronik (rekaman suara, rekaman video, *videodisc*, CD-ROM, halaman web), dan media *display* (*billboard*, tanda-tanda, poster).

Dengan adanya kekurangan promosi yang dilakukan pada lembaga Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur ini fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemegang kepentingan belum sepenuhnya berjalan sehingga setiap

awal tahun ajaran baru peserta didik yang menjadi siswa binaan kurang sesuai target. Dimana setiap tahun ajaran baru seharusnya peminat peserta didik selalu mebanjiri Lembaga kursus, namun oleh karena lemahnya promosi menjadikan Lembaga ini hanya menerima peminat yang sifatnya tentative, artinya seberapa peminat, baik satu atau dua orang dan atau lebih diterima untuk belajar. Kondisi ini menjadi input penentu keberhasilan proses pendidikan menunjukkan kekurangan dan peminat belum sepenuhnya sarana pembelajaran kursus sebagai kebutuhan bagi peserta didik.

Berdasarkan temuan dan latar belakang inilah maka peneliti ingin melakukan penelitian lanjutan untuk mengkaji lebih lanjut melalui sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi terhadap peminatan peserta didik di Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur yang berlangsung dari bulan Januari 2022 hingga Februari 2022
Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang dapat diartikan

sebagai sebagai bentuk metode penelitian atas dasar filsafat positivisme yang akan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode pengumpulan data yang digunakan menggunakan data primer dan data skunder. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi dan kuisioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas (kesesuaian) ini dipergunakan untuk mengetahui tingkat kesesuaian dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Atau dalam pengertian lain, Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur atau mengungkapkan konsep gejala/kejadian yang diukur. Sehingga

suatu Item kuesioner dinyatakan valid bila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Selanjutnya agar dianggap memenuhi syarat valid sebagai syarat minimum adalah dengan menghubungkan atau mengkorelasikan masing-masing dengan skor total variabel dan dari angka korelasi yang dihasilkan akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} pada $\alpha 0,05$ dengan df (*degree of freedom*) = 63 ($n-k$) = (63-1) yaitu sebesar 0,244. Sehingga berdasarkan uji validitas maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan valid apabila nilai t_{hitung} skor item terhadap skor totalnya lebih besar (>) dari 0,244 atau dikatakan tidak valid apabila nilai t_{hitung} skor item terhadap skor totalnya lebih kecil (<) dari 0,244. Oleh karena itu, semakin baik nilai koefisien korelasi pearson suatu item, akan memperlihatkan bahwa semakin baik validitas item tersebut. Pengujian terhadap tingkat keandalan kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan

menggunakan salah satu paket program komputer pengolahan data statistika, yaitu SPSS Versi 21.0 dengan menggunakan *alpha cronbach*. Variabel dikatakan valid bila koefisien *alpha* lebih besar dari 0,244.

Berdasarkan data pada tabel 9 terlihat bahwa hasil perhitungan yang menyangkut hubungan atau korelasi antara masing-masing indikator yang digunakan dalam penelitian yakni Promosi dan Peminatan Peserta Didik terhadap total skor konstruk dari setiap variabel dengan alat bantu perhitungan SPSS 21.0 menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga disimpulkan semua item pertanyaan dinyatakan valid.

Pengujian validitas selengkapanya berdasarkan nilai skor konstruk dari setiap variabel dengan alat bantu SPSS 21.0 untuk melihat respon tentang promosi yang dilakukan Lembaga dan peminatan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel Hasil Pengujian Validitas

Nomor	Variabel/Indikator	r _{hitung}	r _{table}	Keterangan
1	Promosi			
	X.1	0.848	0,244	Valid
	X.2	0.825	0,244	Valid
	X.3	0.188	0,244	Invalid
	X.4	0.488	0,244	Valid
	X.5	0.825	0,244	Valid
	X.6	0.067	0,244	Invalid
	X.7	0.157	0,244	Invalid
	X.8	0.691	0,244	Valid
	X.9	0.486	0,244	Valid
	X.10	0.302	0,244	Invalid
2	Peminatan Peserta Didik			
	Y.1			
	Y.2	0.833	0,244	Valid
	Y.3	0.847	0,244	Valid
	Y.4	0.833	0,244	Valid
	Y.5	0.890	0,244	Valid
	Y.6	0.788	0,244	Valid
	Y.7	0.379	0,244	Valid
	Y.8	0.071	0,244	Invalid
	Y.9	0.726	0,244	Valid
	Y.10	0.853	0,244	Valid
		0.906	0,244	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Uji Reliabilitas (keterpercayaan)

Atas dasar table di atas pada uji validitas responden, ternyata pada respon promosi dari para responden untuk pernyataan nomor 3, 6, 7, dan 10 respon dari para responden menyatakan kurang atau invalid. Sedangkan untuk pernyataan peminatan, respon dari responden hanya pernyataan nomor 7 yang kurang di respon.

dalam penelitian ini perlu dilakukan juga setelah data yang disebarkan ke responden di uji validasinya. Uji ini dipergunakan untuk mengetahui layak tidaknya data responden yang digunakan dalam penelitian. Untuk uji reliabilitas ini digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dikatakan handal (*reliabel*) bila koefisien reliabilitas *alpha cronbach* minimal 0,60 (Sugiyono, 2012 : 220) .

4.2.2.2 Uji Reliabilitas Data

Untuk menghitung Alpha Cronbach dengan rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen
 k = Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir tiap pertanyaan
 σ_t^2 = Varian total
 (Suharsimi Arikunto,

2012 : 223)

Dengan menggunakan rumus reliabilitas dari *Alpha Cronbach* tersebut, maka didapat hasil:

1. Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X)

Hasil uji Reliabilitas Variabel Promosi (X) berdasarkan jawaban responden terhadap total soal 10 Pernyataan adalah sebagai berikut:

Case Processing Summary			Reliability Statistics		
			Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
			.783	.965	11
Cases	Valid	63	a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.		
	Excluded ^a	0			
	Total	63			

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Reliabilitas pernyataan variabel Peminatan Peserta Didik ditunjukkan pada tabel di atas dengan jumlah responden (*N of Cases*) sebesar 63 dan jumlah 10 item pernyataan (*N of Items*) alpha total sebesar 0,783. Dari 10 item pernyataan nilai *alpha*

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Reliabilitas pernyataan variabel Promosi ditunjukkan pada tabel di atas dengan jumlah responden (*N of Cases*) sebesar 63 dan jumlah item pernyataan (*N of Items*) *alpha* total sebesar 0,713. Dari 10 item pernyataan nilai *alpha* seluruhnya menunjukkan reliabel karena memenuhi persyaratan, yaitu nilai 10 item pernyataan lebih besar atau sama dengan 0,60 .

2. Uji Reliabilitas Variabel Peminatan Peserta Didik (Y)

Hasil uji Reliabilitas Variabel Peminatan Peserta Didik (Y) berdasarkan jawaban responden terhadap total soal 10 Pernyataan adalah sebagai berikut:

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	63	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	63	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.783	.965	11

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Reliabilitas pernyataan variabel Peminatan Peserta Didik ditunjukkan pada tabel di atas dengan jumlah responden (*N of Cases*) sebesar 63 dan jumlah 10 item pernyataan (*N of Items*) alpha total sebesar 0,783. Dari 10 item pernyataan nilai *alpha*

seluruhnya menunjukkan reliabel karena memenuhi persyaratan, yaitu nilai 10 item pernyataan lebih besar atau sama dengan 0,60.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 63 responden melalui penyebaran kuesioner terhadap pegawai Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur, maka untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada rentang skor jawaban sebagaimana terdapat pada lampiran.

4.2.2.3 Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara

parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan asumsi klasik sehingga model persamaan dalam penelitian ini sudah dianggap baik.

1. Uji Hipotesis Ada pengaruh yang signifikan antara Promosi dan Peminatan Peserta Didik

Perhitungan pengaruh antara variabel Promosi (X) terhadap Peminatan Peserta Didik (Y) Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur, menggunakan hasil perhitungan melalui program *SPSS 21.0* dan hasil statistik adalah sebagai berikut :

Tabel 10.
Uji Hipotesis Pengaruh Promosi (X) terhadap Peminatan Peserta Didik (Y)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	4.560	3.785		1.205	.233	12.129	3.009
	PROMOSI	1.062	.106	.788	10.007	.000	.850	1.274

a. Dependent Variable: PEMINATAN

a. Dependent Variable: PEMINATAN

Persamaan regresi antara variabel Promosi terhadap Peminatan Peserta Didik adalah $Y = 4,560 + 1,062X$, yang artinya setiap kenaikan satu point daripada variabel Promosi akan diikuti oleh naiknya variabel

Peminatan Peserta Didik Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur sebesar 1,062 point.

Berdasarkan hasil penelitian, Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* diperoleh koefisien determinasi Promosi Desa Pugung Raharjo Lampung Timur terhadap Peminatan Peserta Didik Pusat adalah sebagai berikut :

Koefisien Determinasi Promosi Terhadap Peminatan Peserta Didik
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.788 ^a	.621	.615	2.15288	.621	100.145	1	61	.000

a. Predictors: (Constant), PROMOSI

b. Dependent Variable: PEMINATAN

Penjabaran dari hasil nilai Koefisien Determinasi dengan rumus $KD = R^2 \times 100\%$, $= 0,788^2 = 0,621 = 0,621 \times 100 = 62,1\%$. Dari perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel Peminatan Peserta Didik pada Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur sebesar 62,1%, sedangkan sisanya sebesar 37,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini menurut penulis dapat dipengaruhi oleh etika, Promosi itu sendiri yang oleh karena banyaknya pesaing juga, ketekunan, karir, lingkungan kerja, insentif, dan lain-lain.

Sedangkan hasil uji t dengan rumus $t = \beta_n / S\beta_n = 1,062 / 0,106 = 10,007$. Sehingga nilai $t_{hitung} = 10,007$. Apabila dibandingkan dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 0,005 yaitu 2,66, maka $t_{hitung} = 10,007 > t_{tabel} 2,66$ sehingga dapat

disimpulkan bahwa hipotesa yang menyatakan terdapat pengaruh antara variabel Promosi (X) terhadap Peminatan Peserta Didik (Y) pada Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur diterima. Jadi variabel Promosi (X) berpengaruh terhadap variabel Peminatan Peserta Didik (Y).

4.3 Pembahasan

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur, dimana saat ini sekalipun letak lokasi kursus strategis namun tanda yang menunjukkan keberadaan Lembaga ini kurang jelas terpampang sehingga menjadi salah satu sebab kurang diketahuinya Lembaga ini sebagai Lembaga kursus. Selain itu juga Lembaga Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur belum sepenuhnya melakukan upaya periklanan yang

merupakan presentasi non pribadi dan promosi sehingga setiap tahun ajaran baru seharusnya peminat peserta didik selalu membanjiri Lembaga kursus, namun oleh karena lemahnya promosi menjadikan Lembaga ini hanya menerima peminat yang sifatnya tentative, artinya seberapa besar peminat, baik satu atau dua orang dan juga atau juga lebih diterima untuk belajar. seharusnya kondisi ini menjadi input penentu keberhasilan proses pendidikan menunjukkan kekurangan dan peminat belum sepenuhnya sarana pembelajaran kursus sebagai kebutuhan bagi peserta didik.

Dari hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa dari persamaan regresi antara variabel Promosi terhadap Peminatan Peserta Didik adalah $Y = 4,560 + 1,062X$, yang artinya setiap kenaikan satu point daripada variabel Promosi akan diikuti oleh naiknya variabel Peminatan Peserta Didik di Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur sebesar 1,062 point. Kemudian dari hasil nilai Koefisien Determinasi dengan rumus $KD = R^2 \times 100 \%$, $= 0,788^2 = 0,621 = 0,621 \times 100 = 62,1\%$. Dari perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel Peminatan Peserta Didik pada Pusat

Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur sebesar 62,1%, sedangkan sisanya sebesar 37,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini menurut penulis dapat dipengaruhi oleh etika, Promosi, ketekunan, karir, lingkungan kerja, insentif, dan lain-lain.

Sedangkan hasil uji t dengan rumus $t = \beta_n / S\beta_n = 1,062 / 0,106 = 10,007$. Sehingga nilai $t_{hitung} = 10,007$. Apabila dibandingkan dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 0,005 yaitu 2,66, maka $t_{hitung} = 10,007 > t_{tabel} 2,66$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesa yang menyatakan terdapat pengaruh antara variabel Promosi (X) terhadap Peminatan Peserta Didik (Y) pada Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur diterima. Jadi variabel Promosi (X) berpengaruh terhadap variabel Peminatan Peserta Didik (Y).

Menurut peneliti, Promosi merupakan kondisi yang membantu dan sekaligus mendorong pengelola usaha untuk melakukan penawaran peminatan melalui Promosi, Lembaga ini harus melakukan periklanan melalui ide, barang, atau jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Tetapi berdasarkan pengamatan agar setiap awal

tahun ajaran baru peserta didik yang menjadi siswa binaan meningkat, harus melakukan periklanan melalui jasa sponsor yang dibayar setidaknya melalui media cetak (koran dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel, *satellite*, *wireless*), media elektronik (rekaman suara, rekaman video, *videodisc*, CD-ROM, halaman web), dan media *display* (*billboard*, tanda-tanda, poster).

Dengan adanya sikap mengantisipasi atas kekurangan promosi yang dilakukan pada Pusat Bimbel dan Kursus *Joy Learning Center* Desa Pugung Raharjo Lampung Timur ini fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemegang kepentingan sepenuhnya dapat berjalan sehingga setiap awal tahun ajaran baru peserta didik yang menjadi siswa binaan peminatnya selalu kurang dan tidak sesuai target akan meningkat. karena setiap tahun ajaran baru seharusnya peminat peserta didik selalu membanjiri Lembaga kursus, namun oleh karena lemahnya promosi menjadi Lembaga ini hanya menerima peminat yang sifatnya tentative, artinya seberapa besar peminat, baik satu atau dua orang dan juga atau juga lebih diterima untuk belajar.

Kondisi ini menjadi Input penentu keberhasilan proses pendidikan menunjukkan kekurangan dan peminat belum sepenuhnya sarana pembelajaran kursus sebagai kebutuhan bagi peserta didik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap peminatan peserta didik di pusat bimbel dan kursus joy learning center desa pugung raharjo lampung timur

DAFTAR PUSTAKA

- Citra Sugianto Putri. 2020. PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CHERIE MELALUI MINAT BELI. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*: 5 (1).2016
- Hermanto, H. (2017). Perilaku Mahasiswa Ekonomi di Universitas Esa Unggul dalam Melakukan Investasi di Pasar Modal. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 8(01), 79445.
- Ilhamalimy, R. R., & Mahaputra, M. R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 1(1), 85-97.
- Nelson dkk. 2020. *ANALISIS MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN*

- PEMBELIAN KONSUMEN PT. LG ELEKTRONIK DI BANDAR LAMPUNG. JMMS: Jurnal Manajemen Mandiri Saburai: 4(2).2020*
- Nuzleha, N. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan Pada Pt. Karya Niaga Di Bandar Lampung. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 5(2), 141-150.
- Ronomenggolo (2013) yang berjudul “Analisis Pengaruh Promosi Berbasis Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk ROVCA (Studi Kasus Produk ROVCA Pada Konsumen Area Makasar)”.
- Walukow, A. L. P., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).