

ANALISIS POSITIONING TK TELKOM BUAH BATU BERDASARKAN PERCEPTUAL MAPPING DENGAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALING
POSITIONING ANALYSIS OF TK TELKOM BUAH BATU BASED ON PERCEPTUAL MAPPING USING MULTIDIMENSIONAL SCALING METHOD

Noviana¹, Dr. Ir. Yati Rohayati., M.T.², Bobby Hera Sagita, S.E., M.M.³

^{1,2,3} Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom
¹noviana.student.telkomuniversity.ac.id, ²yatirohayati@telkomuniversity.co.id,
³bobyhs.telkomu@gmail.com

Abstrak

TK Telkom Buah Batu merupakan salah satu TK premium yang sedang berkembang di Bandung. TK Telkom Buah Batu berdiri pada tahun 1977 yang beralamat di jalan BKR No.11, Cigagra, Lengkong, Kota Bandung. Target peserta didik TK Telkom Buah Batu tidak tercapai selama tiga tahun terakhir, selain itu jumlah peserta didik lebih sedikit dibandingkan dengan pesaing. Oleh karena itu, dilakukan konfirmasi kepada orang tua dalam bentuk wawancara. Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui penilaian orang tua mengenai branding, kualitas, dan fasilitas TK Telkom Buah Batu dibandingkan dengan TK premium lainnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa 57% responden tidak mengetahui TK Telkom Buah Batu. Berdasarkan hal tersebut diuraikan tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi atribut yang digunakan dalam *perceptual mapping* untuk TK Telkom Buah Batu, menggambarkan posisi TK Telkom Buah Batu berdasarkan *perceptual mapping* berbasis persepsi orang tua, dan memberikan rekomendasi perbaikan yang dapat diterapkan oleh TK Telkom Buah Batu agar dapat meningkatkan *brand image* yang dimiliki. Kemudian dilakukan penggalan atribut terhadap 11 responden sehingga didapatkan 13 atribut yaitu lokasi sekolah, biaya pendidikan, laporan hasil penilaian anak, fasilitas sekolah, akreditasi, nilai yang ditanamkan, jumlah tenaga pendidik, kurikulum, pengajaran berbasis tema dan subtema, keamanan sekolah, reputasi sekolah, dan tingkat pendidikan tenaga pendidik. Pada penelitian ini dilibatkan 80 responden yaitu orang tua yang memiliki anak usia 3 tahun hingga enam tahun, dimana hasil dari rekapitulasi kuesioner selanjutnya dijadikan data inputan untuk pengolahan data MSD menggunakan SPSS 23. Setelah dilakukan pengolahan data, maka dihasilkan *perceptual mapping* yang menggambarkan posisi TK Telkom Buah Batu dibandingkan pesaingnya.

Kata Kunci: TK Telom Buah Batu, *Perceptual Mapping*, dan *Multidimensional Scaling*.

Abstract

TK Telkom Buah Batu is one of the kindergarten that is developing in Bandung. TK Telkom Buah Batu stood in 1977 which is located at BKR street No.11, Cigagra, Lengkong, Bandung City. The target of TK students of Telkom Buah Batu is not achieved during the last three years, besides the number of learners is less than the competitors. Therefore, confirmation is made to parents in the form of interviews. Interviews conducted aims to determine the assessment of parents about branding, quality, and facilities TK Telkom Buah Batu compared with other premium kindergarten. Based on the interviews, it was found that 57% of respondents did not know TK Telkom Buah Batu. Pursuant to matter got purpose of this research that is identifying attribute used in perceptual mapping for TK Telkom Buah Batu, describe position of TK Telkom Buah Batu based perceptual mapping based on parent perception, and give recommendation improvement that can be applied by TK Telkom Buah Batu in order to increase brand image owned. Then there are 11 attributes to 11 respondents to get 13 attributes such as school location, education cost, report of children's assessment result, school facility, accreditation, values, education staff, curriculum, theme and sub theme teaching, school safety, school reputation, and educational level of educator. In this research involved 80 respondents that parents who have children aged 3 years to six years, where the results of the recapitulation of the next questionnaire used as data input for processing data MSD using SPSS 23. After processing data, then generated perceptual mapping that describes the position of TK Telkom Fruit Stone compared to its competitors.

Keywords: TK Telom Buah Batu, *Perceptual Mapping*, and *Multidimensional Scaling*.

1. Pendahuluan

Saat ini pendidikan merupakan hal yang menjadi perhatian bagi sebagian besar orang tua. Pendidikan di Indonesia, khususnya untuk tingkat Taman Kanak-kanak (TK) mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan data yang didapatkan dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2017, dimana angka partisipasi kasar (APK) TK di Indonesia yang ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1 Angka Partisipas Kasar (APK) TK di Indonesia

No	Nama Provinsi	APK (%)
1	D.K.I. Jakarta	63,62
2	Jawa Barat	68,67
3	Banten	59,05
4	Jawa Tengah	76,54
5	D.I. Yogyakarta	98,32
6	Jawa Timur	95,7
7	Aceh	60,81
8	Sumatera Utara	73,18
9	Sumatera Barat	72,41
10	Riau	62,94

(Sumber: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2017)

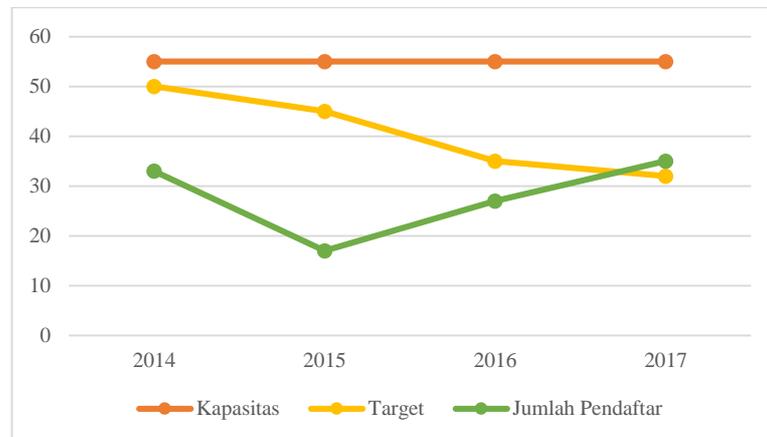
Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa total partisipasi TK di Provinsi Jawa Barat sebesar 68, 67%. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat partisipasi anak usia empat tahun sampai dengan enam tahun yang sedang menempuh pendidikan di TK sangatlah tinggi. Dilihat dari kualitas dan fasilitas yang dimiliki, TK dibagi atas dua yaitu TK premium dan TK non premium. Berikut merupakan TK premium yang ada di Bandung.

Tabel 2 TK Premium di Bandung

Nama TK	Tahun Berdiri	Jumlah Peserta Didik	Nilai yang ditanamkan
Telkom Buah Batu	1977	48	Religius, Mandiri, Komunikatif, dan Kreatif
Taruna Bakti	1957	120	Mandiri
Galenia	2011	87	Membangun karakter melalui pembiasaan
Istiqomah	1986	133	Generasi yang berkualitas dan religius
Semipalar	2008	40	Mengenal dan memahami diri sendiri serta mampu menjalankan peran
Mutiara Bunda	1996	120	<i>Islamic global dan smart</i>
Gagas Ceria	2009	80	Mandiri, senang belajar, dan menjadi pribadi yang utuh
Bhinekas	2008	80	<i>Islamic, smart, independent</i>

(Sumber: Wawancara dengan Pihak Sekolah, 2018)

Salah satu TK premium yang sedang berkembang di Bandung adalah TK Telkom Buah Batu. TK Telkom Buah Batu berdiri pada tahun 1977 yang beralamat di jalan BKR No.11, Cigagra, Lengkong, Kota Bandung. Saat ini TK Telkom Buah Batu memiliki target peserta didik yang berbeda setiap angkatan, akan tetapi target tersebut belum tercapai dalam empat tahun terakhir yaitu pada tahun 2014 hingga tahun 2016 seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1 Target dan Jumlah Peserta Didik TK Telkom Buah Batu
(Sumber: Kepala Sekolah TK Telkom Buah Batu, 2018)

Dengan tidak tercapainya target peserta didik selama tiga tahun terakhir dan jumlah peserta didik yang lebih sedikit dibandingkan dengan pesaing, maka dilakukan konfirmasi kepada orang tua dalam bentuk wawancara. Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui penilaian orang tua mengenai branding, kualitas, dan fasilitas TK Telkom Buah Batu dibandingkan dengan TK premium lainnya. Responden yang dilibatkan dalam wawancara ini berjumlah 30 responden yang merupakan orang tua kalangan menengah ke atas yang memiliki anak usia empat tahun sampai dengan enam tahun atau yang sedang menempuh pendidikan di TK.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa 57% responden tidak mengetahui TK Telkom Buah Batu. Kemudian dari hasil wawancara juga didapatkan data bahwa TK Telkom Buah Batu tidak lebih baik dibandingkan pesaingnya dalam hal branding, kualitas, dan fasilitas. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil yang didapatkan sebesar 54% responden menjawab TK Telkom Buah Batu tidak lebih baik, 31% menjawab sama dan 15% menjawab lebih baik.

2. Dasar Teori

2.1 Positioning

Positioning merupakan proses membentuk *image* dari layanan atau merek dalam benak pelanggan (Schriffman dan Wisenblit, 2015). Menurut Tjipto, Chandra, dan Adriana (2008), *positioning* adalah cara produk, merek, atau organisasi perusahaan dipersepsikan secara relatif dibandingkan dengan produk, merek, atau organisasi para pesaing oleh pelanggan saat ini maupun calon pelanggan.

2.2 Perceptual Mapping

Perceptual mapping digunakan untuk menggambarkan posisi dari produk ataupun jasa dibandingkan dengan posisi pesaingnya. Representasi visual yang diberikan *perceptual mapping* memperlihatkan posisi berbagai produk atau merek yang berkompetisi, biasanya dalam dua atribut determinan (Malhotra, 2010). Tujuan dari *perceptual mapping* adalah menentukan posisi merek perusahaan di dalam persaingan pasar, serta membantu perusahaan dalam mengidentifikasi atribut produk yang dapat menjadi *trigger* bagi konsumen dalam memilih produk.

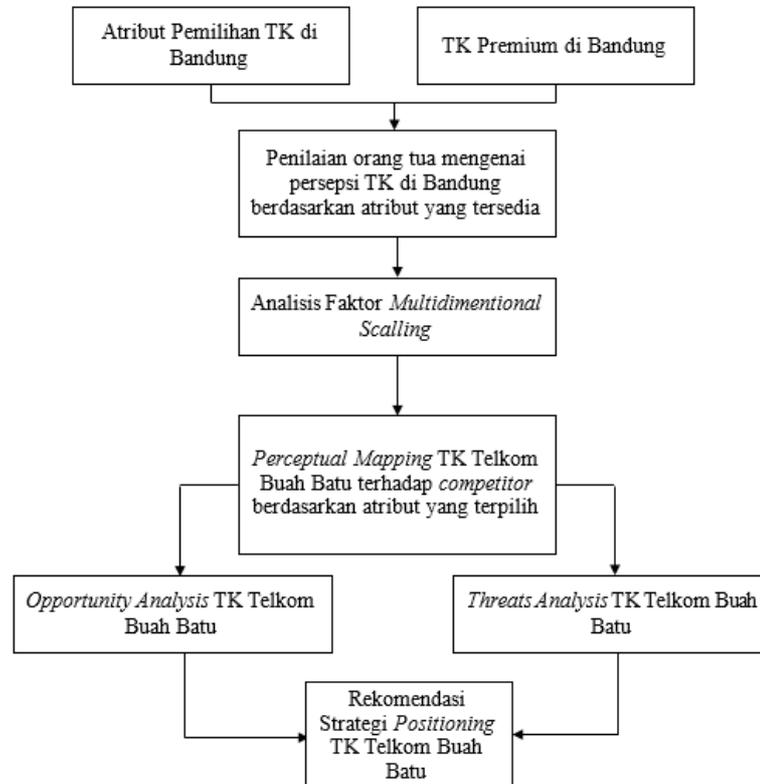
2.3 Multidimensional Scaling (MDS)

MDS merupakan sekelompok prosedur yang digunakan untuk menggambarkan persepsi dan preferensi konsumen (Malhotra, 2010). Sedangkan menurut Hair (2010), *MDS* merupakan prosedur yang digunakan peneliti untuk menentukan citra relatif dari sebuah objek.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Model Konseptual

Model konseptual merupakan diagram yang menggambarkan hubungan dari variable yang ada dalam penelitian. Berikut merupakan model konseptual yang digunakan dalam penelitian ini yang dijelaskan pada Gambar 2.



Gambar 2 Model Konseptual

Berdasarkan gambar III.1, dapat dilihat bahwa tahap pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penggalian atribut yang didapatkan dari wawancara terhadap 11 responden yaitu orang tua kalangan menengah atas yang memiliki anak usia empat tahun hingga enam tahun dan memiliki rencana untuk memasukkan anaknya ke TK. Atribut yang didapatkan terdiri dari lokasi, biaya, tenaga pengajar, pendidikan agama, keamanan, lingkungan, fasilitas, kurikulum, reputasi, akreditasi, jam belajar, ekstrakurikuler, budaya, nilai disiplin yang ditanamkan, kualitas pendidikan, pendidikan guru, dan komunikasi sekolah dengan orang tua. Setelah dilakukan penggalian atribut, maka atribut yang didapatkan kemudian dikelompokkan berdasarkan jawaban responden. Selanjutnya orang tua diminta untuk menilai persepsi dan preferensi tentang TK premium yang ada dibanding seperti TK Telkom Buah Batu, Taruna Bakti, Bhinekas, Istiqomah, Semipalar, Mutiara Bunda, Gagah Ceria, dan Galenia.

Tahap selanjutnya, dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode *MDS* yang memberikan *output* berupa *perceptual mapping* yaitu gambaran posisi dari TK Telkom Buah Batu dibandingkan dengan pesaingnya. Setelah didapatkan gambaran posisi TK Telkom Buah Batu dibandingkan pesaingnya, maka tahap selanjutnya adalah dengan melakukan analisis peluang (*Opportunity Analysis*) dan analisis ancaman (*Threats Analysis*) yang kemudian digunakan untuk membuat strategi perbaikan dan usulan yang dapat diterapkan oleh TK Telkom Buah Batu.

4. Pembahasan

4.1. Identifikasi TK Premium

Pada tahap ini dilakukan penggalian atribut melalui wawancara yang melibatkan 11 responden yaitu orang tua kalangan menengah ke atas yang memiliki anak usia empat tahun sampai dengan enam tahun, serta memiliki rencana untuk memasukkan anaknya ke TK.

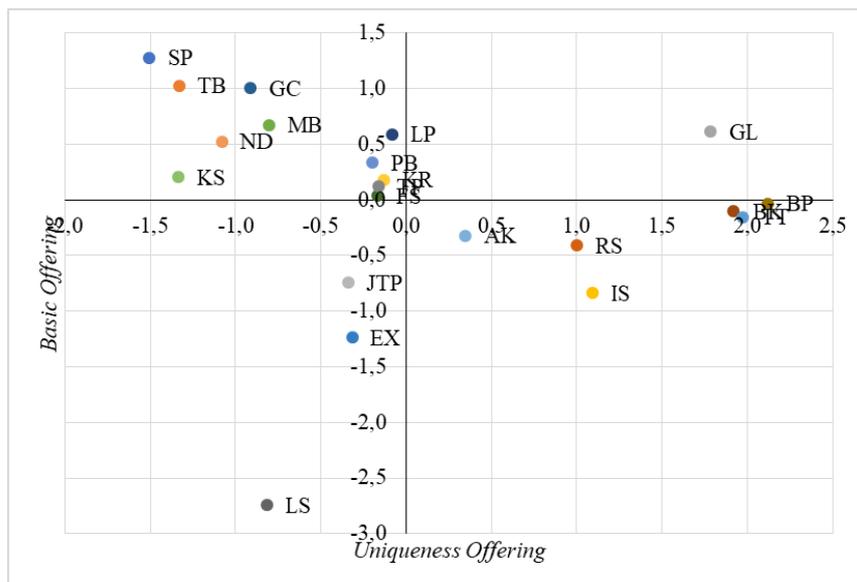
4.2 Identifikasi Atribut Penelitian

Tabel 3 Atribut Penelitian

No	Atribut	Emotional	Rational	External	Faktor
1	Lokasi Sekolah	5	1	2	Emotional
2	Biaya Pendidikan	3	6	0	Rational
3	Laporan Hasil Penilaian Anak	2	0	1	Emotional
4	Fasilitas Sekolah	7	3	1	Rational
5	Akreditas	7	2	0	Rational
6	Nilai yang ditanamkan	3	4	1	Emotional
7	Jumlah Tenaga Pendidik	3	1	1	External
8	Kurikulum	2	2	8	External
9	Pengajaran berbasis tema dan sub tema	1	7	0	External
10	Keamanan Sekolah	0	3	3	Emotional
11	Ekstrakurikuler	0	2	0	Rational
12	Reputasi Sekolah	0	2	9	Rational
13	Tingkat Pendidikan Tenaga Pendidik	0	0	7	External

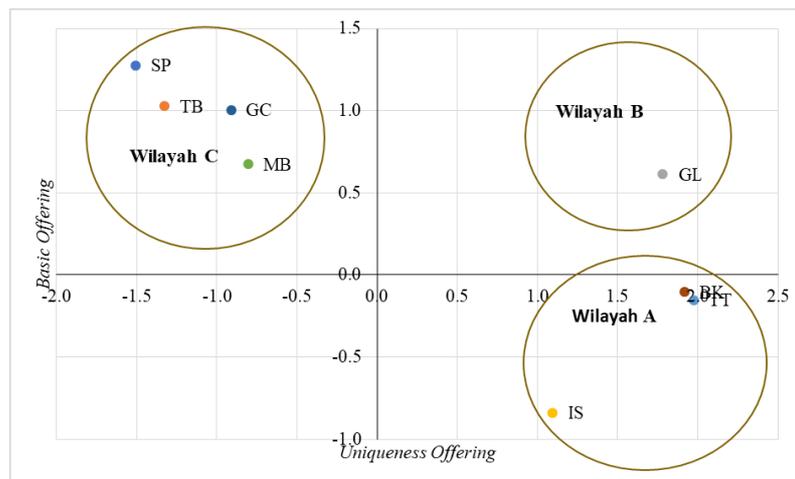
Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat faktor emosional yang didapatkan meliputi lokasi sekolah, jumlah tenaga pendidik, nilai yang ditanamkan, dan keamanan sekolah. Kemudian untuk faktor *rational* yang didapatkan meliputi biaya pendidikan, fasilitas sekolah, akreditasi, ekstrakurikuler, dan reputasi sekolah. Sedangkan untuk faktor *external* yang didapatkan meliputi laporan hasil penilaian anak, kurikulum, pengajaran berbasis tema dan sub tema, dan tingkat pendidikan tenaga pendidik.

4.3 Pengolahan Data *Multidimensional Scaling*



Gambar 3 *Perceptual Mapping*

4.4 Analisis Peta Persaingan



Gambar 4 Kondisi Persaingan

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa kondisi persaingan TK premium di Bandung dibagi menjadi dua wilayah yaitu wilayah A dan wilayah B, dimana TK yang berada di wilayah yang sama memiliki kesamaan karakteristik. Selain itu, berdasarkan gambar diatas dapat dilihat jarak *euclidian* TK Telkom Buah Batu sangat dekat dengan TK Bhinekas yaitu dengan jarak 0.2603 yang mengindikasikan terjadinya persaingan secara langsung TK tersebut

4.4.1 Analisis Kondisi Persaingan Wilayah A

TK Premium yang berada di wilayah A adalah TK Istiqomah, TK Telkom Buah Batu, dan TK Bhinekas. Ketiga TK tersebut memiliki jarak yang berdekatan. Hal tersebut menunjukkan TK tersebut memiliki karakteristik yang sama. Kemudian berdasarkan informasi yang didapatkan, ketiga TK tersebut menanamkan nilai-nilai religius di setiap pembelajarannya. Selain itu, berdasarkan *perceptual mapping* di Wilayah A, TK Telkom Buah Batu memiliki posisi yang berjauhan dengan TK TK Istiqomah. Hal tersebut menunjukkan bahwa TK Telkom Buah Batu tidak berada dalam kondisi persaingan secara langsung, meskipun memiliki karakteristik yang sama. Sedangkan TK Telkom Buah Batu dengan TK Bhinekas berada dalam posisi yang berdekatan, sehingga kedua memiliki kemiripan dan persaingan secara langsung.

4.4.2. Analisis Kondisi Persaingan Wilayah B

TK Premium yang berada di wilayah B adalah TK Galenia. Berdasarkan *perceptual mapping*, dapat dilihat bahwa pada wilayah B tidak memiliki posisi yang berdekatan dengan TK premium lainnya, terutama dengan TK Telkom Buah Batu. Hal tersebut menunjukkan bahwa TK Telkom Buah Batu tidak memiliki karakteristik yang sama dengan TK di Wilayah B.

4.4.3 Analisis Kondisi Persaingan Wilayah C

TK Premium yang berada di wilayah C adalah TK Taruna Bakti, TK Semipalar, TK Gagah Ceria, dan TK Mutiara Bunda. Berdasarkan *perceptual mapping* di wilayah C, memiliki posisi yang berjauhan dengan TK Telkom Buah Batu. Hal tersebut menunjukkan bahwa TK Telkom Buah Batu tidak memiliki karakteristik yang sama dengan TK di wilayah C, serta tidak berada dalam kondisi persaingan secara langsung.

4.5 Analisis Prioritas Perbaikan Atribut TK Telkom Buah Batu

Pada tahap sebelumnya, diketahui bahwa TK Telkom Buah Batu memiliki jarak *euclidian* yang dekat dengan TK Bhinekas. Selanjutnya dilakukan perbandingan nilai jarak *euclidian* antar kedua TK tersebut untuk melihat prioritas utama perbaikan yang akan dilakukan. Berikut merupakan perhitungan perbandingan nilai jarak *euclidian* antara TK Telkom Buah Batu dan TK Bhinekas yang dapat dilihat pada tabel V.15.

Tabel 4 Prioritas Perbaikan TK Telkom Buah Batu

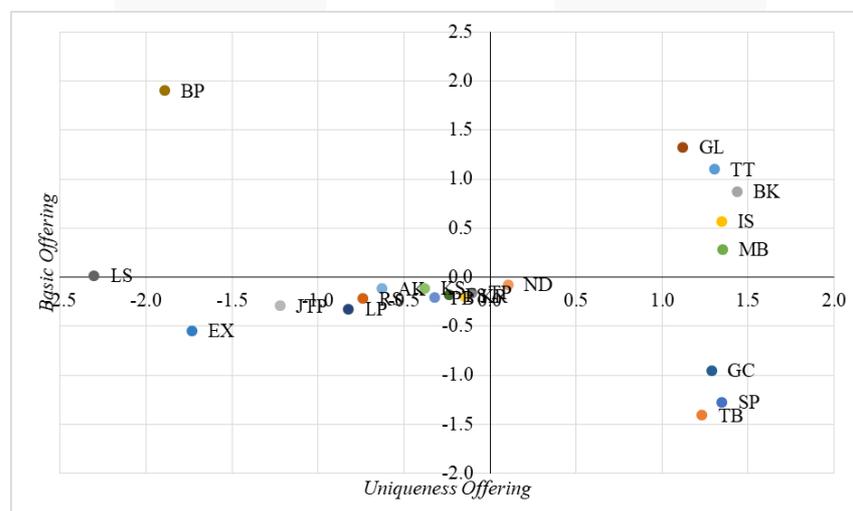
Atribut	BK	TT	Selisih Nilai	Peringkat
Nilai yang Ditanamkan	2.8635	3.0649	-0.2014	1
Laporan Hasil Penilaian Anak	2.1187	2.1872	-0.0685	2
Pengajaran Berbasis Tema dan Subtema	2.1629	2.2274	-0.0644	3
Kurikulum	2.0712	2.1331	-0.0619	4
Reputasi Sekolah	2.2572	2.3191	-0.0619	5
Tingkat Pendidikan Tenaga Pendidik	2.0932	2.1539	-0.0607	6
Keamanan Sekolah	3.2693	3.3293	-0.0601	7
Fasilitas Sekolah	2.0907	2.1498	-0.0590	8
Akreditasi	1.5855	1.6347	-0.0492	9
Jumlah Tenaga Pendidik	2.3472	2.3879	-0.0408	10
Ekstrakurikuler	2.5066	2.5349	-0.0283	11
Lokasi Sekolah	3.8016	3.8082	-0.0067	12
Biaya Pendidikan	0.2112	0.1861	0.0251	13

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat selisih atribut kedua TK tersebut bernilai negatif dan positif, dimana nilai positif menandakan keunggulan TK Telkom Buah Batu dibandingkan TK Bhinekas, sedangkan nilai negatif menandakan kelemahan TK Telkom Buah Batu dibandingkan TK Bhinekas. Untuk selisih atribut bernilai positif terdiri dari biaya pendidikan. Hal tersebut menunjukkan atribut tersebut tidak perlu dilakukan perbaikan. Kemudian untuk selisih atribut yang bernilai negatif terdiri dari lokasi sekolah, laporan hasil penilaian anak, fasilitas sekolah, akreditasi, nilai yang ditanamkan, jumlah tenaga pendidik, kurikulum, pengajaran berbasis tema dan subtema, keamanan sekolah, ekstrakurikuler, reputasi sekolah, dan tingkat pendidikan tenaga pendidik. Hal tersebut menandakan bahwa diperlukan perbaikan untuk atribut tersebut.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut yang digunakan dalam *perceptual mapping* untuk TK Telkom Buah Batu, menggambarkan posisi TK Telkom Buah Batu berdasarkan *perceptual mapping* berbasis persepsi orang tua, dan emberikan rekomendasi perbaikan yang dapat diterapkan oleh TK Telkom Buah Batu agar dapat meningkatkan *brand image* yang dimiliki. Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Atribut-atribut TK premium yang didapatkan dari hasil wawancara terhadap 80 responden, dimana atribut tersebut terdiri dari lokasi sekolah, biaya pendidikan, jumlah tenaga pendidik, fasilitas sekolah, akreditasi, nilai yang ditanamkan, laporan hasil penilaian anak, kurikulum, pengajaran berbasis tema dan subtema, keamanan sekolah, ekstrakurikuler, reputasi sekolah, dan tingkat pendidikan tenaga pendidik. Atribut tersebut digunakan dalam *perceptual mapping* untuk mengetahui posisi TK Telkom Buah Batu dibandingkan pesaingnya.
2. Posisi TK Telkom Buah Batu dibandingkan pesaingnya
Berikut merupakan posisi TK Telkom Buah Batu dibandingkan pesaingnya yang digambarkan dalam *perceptual mapping* sebagai berikut:

Gambar 5 *Perceptual Mapping* Berbasis Persepsi Orang Tua

Berdasarkan gambar 5, dapat dilihat posisi TK Telkom Buah Batu dalam *perceptual mapping*, dimana TK Telkom Buah Batu memiliki jarak yang dekat dengan TK Bhinekas sehingga kedua TK tersebut memiliki karakteristik dan berapa dalam persaingan secara langsung.

Daftar Pustaka:

- [1] Hair, Joseph F., William C.Black, Barry J.Babin, and Rolph E. Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis*. In: s.l. Prentice Hall.
- [2] Ludeman, L. C. 1987. *Fundamental of Digital Signal Processing*. Singapore: John Wiley & Sons, Inc.
- [3] Malholtra, N.K. 2010. *Marketing Research An Applied Orientation*. Boston: Pearson
- [4] Schriffman, L.G., 2015. *Cunsomer Behavior Elevent Edition*. s.l.: Pearson Global Edition.
- [5] Tjipto, Fandi, Gregorius Chandra dan Dedi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

