

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pendidikan merupakan salah satu prioritas terpenting bagi sebagian besar masyarakat. Sebagian dari masyarakat memiliki harapan untuk dapat melanjutkan dan menyelesaikan pendidikannya hingga ke jenjang paling tinggi. Walaupun ada juga sebagian yang memilih untuk bekerja dan tidak melanjutkan pendidikannya hingga ke jenjang paling tinggi. Bagi sebagian masyarakat yang memilih untuk melanjutkan dan menyelesaikan pendidikannya hingga jenjang paling tinggi, maka mereka akan dihadapkan pada berbagai pilihan dan permasalahan.

Memilih melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, masyarakat akan dihadapkan adanya beragam pilihan perguruan tinggi, hingga jenjang pendidikan mulai dari program Diploma (DI, DII, DIII) maupun Sarjana (S1), dan pilihan berbagai macam program studi. Selain itu, masyarakat juga akan dihadapkan pada begitu banyaknya pertimbangan yang harus dipikirkan, karena untuk memilih pendidikan harus cermat. Terutama dalam memilih perguruan tinggi harus mencari suatu institusi di bidang pendidikan yang mampu memberikan pelayanan jasa pendidikan yang benar-benar mampu mewujudkan suatu pendidikan yang memiliki kompetensi.

Dilihat dari sudut pandang konsumen, situasi ini sebenarnya memberikan keuntungan tersendiri. Semakin banyaknya Perguruan Tinggi yang

beroperasi, berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk menentukan pilihan, sehingga mendorong perguruan tinggi untuk mampu memberikan pelayanan sebaik mungkin sesuai dengan ekspektasi mahasiswa.

Kondisi ini menuntut komitmen dari perguruan tinggi untuk mendapatkan dan memenuhi harapan pelanggannya. Hal ini diperlukan agar dapat memenangkan persaingan dengan perguruan tinggi lain yang kian menjamur dimana-mana. Pengelola lembaga pendidikan sebagai salah satu bentuk perusahaan jasa tidak boleh berfikir bahwa semua produk atau jasa yang ditawarkannya pasti akan laku seluruhnya tanpa memperhatikan apa yang diinginkan oleh pelanggannya.

Perguruan tinggi pada saat ini dipandang sebagai sebuah dunia usaha baru yang potensial. Bahkan kini citra merek dari sebuah perguruan tinggi menjadi sangat penting dan menjadi modal utama bagi para pengembang usaha di bidang pendidikan. Citra merek yang bagus mencerminkan kualitas dari universitas tersebut, tetapi bukanlah perkara mudah untuk mengembangkan perguruan tinggi di Indonesia, mengingat ketatnya persaingan dengan perguruan-perguruan tinggi lain. Kenyataan akan adanya persaingan yang begitu ketat tersebut, membuat pihak terkait yaitu universitas menyadari suatu kebutuhan untuk mengeksplorasi sepenuhnya aset-aset mereka demi memaksimalkan kinerja dan mengembangkan keunggulan kompetitif.

Salah satu cara untuk mencapai keadaan tersebut adalah dengan usaha mengembangkan nama perguruan tinggi sehingga memiliki citra merek yang

kuat di mata masyarakat. Karena dengan citra merek yang kuat di mata masyarakat, maka citra merek tersebut akan terus ada di benak masyarakat dan menimbulkan kepercayaan.

Citra Merek yang baik dari sebuah universitas sebenarnya bukanlah satu-satunya jaminan mahasiswa akan langsung memutuskan melanjutkan studi ke universitas tersebut. Ada pertimbangan lain dari mahasiswa untuk memutuskan menempuh studi di universitas, yaitu faktor harga atau biaya pendidikan yang harus dikeluarkan dalam menempuh studi. Pertanyaan seperti “berapa besar biaya pembangunannya? berapa biaya tiap semester yang harus dikeluarkan?”.

Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan selalu muncul di benak masyarakat, baik itu pihak orangtua maupun siswa setiap memutuskan untuk melanjutkan pendidikan. Tak terkecuali pendidikan di perguruan tinggi, yang apalagi membutuhkan biaya yang sangat besar. Memang bagi sebagian masyarakat faktor harga yang besar tidak menjadi masalah asalkan anaknya dapat diterima di perguruan tinggi negeri yang bagus dan terkenal. Tetapi bagaimana dengan sebagian masyarakat yang kondisi ekonominya terbatas, padahal ingin menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Faktor harga pasti akan sangat menjadi pertimbangan.

Harga menurut Tjiptono (2012:315) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi organisasi. Tanpa dukungan biaya pendidikan yang memadai, maka proses pendidikan tidak akan berjalan dengan baik. Oleh

karena itu, Universitas sebagai wadah penyelenggara pendidikan harus bisa mengelola/mengatur biaya pendidikannya dengan baik. Dimana universitas harus dapat memperoleh dana untuk kelangsungan proses kegiatan belajar mengajar, tetapi tanpa membebankan semua biaya pendidikan kepada mahasiswanya agar mahasiswa yang ekonominya terbatas dapat tetap menempuh pendidikan di perguruan tinggi.

Keputusan mahasiswa untuk melanjutkan studi pada tempat studi yang diinginkan adalah suatu keputusan dimana mahasiswa melakukan pertimbangan-pertimbangan yang disesuaikan dengan keadaan atau kondisi yang ada. Jika keadaan atau kondisi yang terlihat tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya, maka akan terjadi keraguan yang dapat berakibat pada keputusan untuk tidak memilih, dalam hal ini keputusan untuk tidak melanjutkan studi di tempat yang diharapkan. Pada kenyataannya, pembuatan pilihan (*choice making*) memiliki banyak dimensi dan dampak. Memilih merupakan bagian dari suatu upaya pemecahan sekaligus sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan (*decision making*).

Dampak penetapan pilihan akan membawa pengaruh jangka pendek/panjang, baik berupa keuntungan yang akan diperoleh maupun resiko yang akan ditanggung. Terlebih apabila penetapan pilihan dalam memutuskan melanjutkan studi ke perguruan tinggi, merupakan keputusan yang berdampak pada masa depan seseorang.

Salah satu kondisi yang dihadapi dunia pendidikan tinggi saat ini merupakan masalah persaingan antar perguruan tinggi yang bersifat lokal,

regional dan global. Kondisi ini menuntut komitmen dari perguruan tinggi untuk mendapatkan dan memenuhi harapan pelanggannya.

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan Bogor yang merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta yang turut merasakan persaingan tersebut, sehingga agar dapat memenangkan persaingan dengan perguruan tinggi lain, pihak pimpinan atau pemangku kepentingan (*stake holder*) perguruan tinggi harus melakukan upaya untuk mendapatkan dan memenuhi harapan pelanggannya. Berdasarkan data mahasiswa yang terdaftar selama 4 tahun terakhir di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan Bogor terjadi penurunan jumlah mahasiswa. Hal ini dapat dilihat pada table di bawah ini.

**Tabel 1**  
**Jumlah Program Studi dan Jumlah Mahasiswa**  
**Di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan**  
**Tahun 2014 - 2017**

<b>Tahun</b>	<b>Program Studi</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>
2014/2015	Pendidikan Biologi	97
	Pendidikan Inggris	98
	Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia	136
	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	378
<b>Jumlah</b>		<b>709</b>
2015/2016	Pendidikan Biologi	82
	Pendidikan Inggris	99
	Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia	135
	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	278
<b>Jumlah</b>		<b>594</b>
2016/2017	Pendidikan Biologi	51
	Pendidikan Inggris	97
	Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia	104
	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	213
<b>Jumlah</b>		<b>465</b>

<b>Tahun</b>	<b>Program Studi</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>
2017/2018	Pendidikan Biologi	45
	Pendidikan Inggris	71
	Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia	110
	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	198
<b>Jumlah</b>		<b>424</b>

Berdasarkan data pada tabel 1, dapat diketahui bahwa terjadi penurunan pada jumlah mahasiswa yang mendaftar dan memutuskan untuk menjadi mahasiswa pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan. Ini terlihat dari sisi masing-masing program studi yang ditawarkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yaitu dari mulai Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Program Studi Pendidikan Biologi, Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia. Pada tahun ajaran 2014/2015 jumlahnya mencapai 709 mahasiswa, pada tahun 2015/2016 jumlah mahasiswa mencapai 594 mahasiswa, dan pada tahun 2016/2017 jumlah mahasiswa mencapai 465, tetapi pada tahun ajaran 2017/2018 mengalami penurunan jumlah mahasiswa yang begitu signifikan menjadi 424 mahasiswa.

Dari data di atas menunjukkan tidak konsistennya jumlah mahasiswa yang mendaftar di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan. Mengindikasikan bahwa terdapat masalah dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh mahasiswa untuk melanjutkan pendidikannya di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan. Berdasarkan konsep yang ada suatu masalah timbul apabila keadaan ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan Bogor”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek secara terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Memberikan tambahan referensi dan wawasan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

##### 2. Manfaat Perusahaan atau Instansi Terkait

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola instansi terkait dalam meningkatkan jumlah mahasiswa khususnya di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pakuan Bogor.

##### 3. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai pemenuh syarat dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1), untuk menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran, serta melatih kemampuan diri untuk dapat mengidentifikasi dan menganalisis suatu permasalahan yang terjadi pada suatu kawasan secara sistematis dengan mengaplikasikan teori yang selama ini diperoleh.

## **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan dan mengetahui alur penulisan skripsi ini, maka akan diberikan gambaran mengenai isi skripsi sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematis penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas mengenai penjabaran teori-teori yang melandasi penelitian ini dan beberapa tinjauan pustaka tentang penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjabarkan deskripsi obyek penelitian, analisi data, dan pembahasan yang dilakukan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian yang serupa di masa yang akan datang.