

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan adalah salah satu produk jasa, dengan hal ini yang paling penting bagi sebagian besar masyarakat karena salah satu faktor dalam mencerdaskan serta memajukan kehidupan bangsa. Pendidikan mempunyai peran penting untuk mengharuskan setiap manusia karena dalam hal ini mampu membentuk suatu karakter setiap manusia untuk menjalani hidup baik dari segi pribadi maupun di dalam kehidupan sosial.

Perguruan tinggi merupakan salah satu hal terpenting bagi segala aspek di kehidupan dimasa ini maupun dimasa yang akan mendatang baik dari Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) membuat persaingan antar perguruan tinggi menjadi tinggi juga. Berdasarkan menurut penelitian Lupiyoadi & Hamdani (2013) perguruan tinggi dikelompokkan didalam jasa murni (dilihat dari persamaan) dan golongan sistem tinggi (dilihat dari tingkat kontak pelanggan). Dua jenis perguruan ini bersaing untuk memperoleh keyakinan oleh calon mahasiswa sebagai pelanggan agar memilih universitas tersebut. Perguruan tinggi juga merupakan sebuah investasi dimasa depan bagi mahasiswa selaku konsumen tentu mengharapkan keuntungan setelah kelulusan menjadi mahasiswa disuatu universitas tersebut.

Mahasiswa adalah penerima jasa pendidikan, mereka tentu mempunyai banyak peran penting dalam mempertimbangkan pilihan mereka keperguruan tinggi serta program bidang studi yang diminatinya. Dengan banyaknya

mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi tentu akan memperhatikan faktor yang ada secara selektif sebagai mahasiswa. Menurut penemuan peneliti terdahulu mengenai faktor yang berbeda-beda dapat mempengaruhi minat mahasiswa ketika akan masuk dan meneruskan studi antara lain adalah biaya pendidikan, kualitas pendidikan, citra atau merek dan lokasi menurut Muttaqien & Firnandita, (2018), Menhard, (2018) Karyati & Sukirno, (2016) Waluyo, (2018) Wulandari, (2013) Pradityas (2012). Dengan hal itu untuk menentukan lembaga pendidikan tinggi bidang studi yang akan dipilih, masyarakat atau mahasiswa sebagai konsumen tentu harus melihat faktor-faktor tertentu. Seperti dari biaya pendidikan, fasilitas, lokasi dan citra (*brand image*) institusi penyedia layanan didalam suatu produk jasa lembaga pendidikan tinggi tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Eliza Meilyaningsih & Kristina Sisilia (2015) tentang “Analisis Faktor Pengambilan Keputusan Mendaftar di Institusi Pendidikan Tinggi Swasta” membuat kesimpulan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan mahasiswa yaitu biaya pendidikan, akreditasi, komunikasi pemasaran, citra/merek, motivasi, sikap pelayanan, fasilitas, situasi, kondisi, proses, promosi, informasi, orangtua/keluarga, mutu pendidikan, kesempatan kerja, reputasi lembaga, dan lingkungan sosial.

Sedangkan menurut penelitian yang dihasilkan Andriani Kusumawati (2013) mendefinisikan faktor-faktor yang ada adalah biaya pendidikan, reputasi, kedekatan, prospek kerja dan orang tua merupakan faktor paling penting yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen dalam memilih perguruan tinggi. Berdasarkan penelitian diatas, Citra merek (*brand image*), fasilitas, lokasi dan

biaya pendidikan merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi proses mahasiswa dalam memilih keputusan untuk menentukan pilihan mereka menempuh pendidikan diperguruan tinggi. Oleh karena itu bagi seseorang yang ingin mendaftar dalam perguruan tinggi sebagai lembaga penyedia layanan jasa pendidikan mahasiswa tentu ingin memperoleh pelayanan jasa serta fasilitas yang nyaman dalam pembelajaran yang bisa menguntungkan untuk proses yang berkelanjutan dalam suatu bidang pendidikan.

Pada fenomena yang terjadi pada beberapa tahun lalu hingga pada saat ini, yaitu banyaknya mahasiswa yang memilih melanjutkan ke perguruan tinggi negeri atau universitas negeri, oleh karena itu sangat menarik untuk membahas faktor-faktor apa saja yang menjadi peran dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan terhadap studi di institusi pendidikan swasta atau perguruan tinggi swasta. Melalui penelitian ini akan membahas faktor apa saja dan mengenai cara proses pengambilan keputusan itu sendiri. Pada saat ini menuntut perguruan tinggi swasta diharuskan mampu bersaing memberikan pelayanan yang baik serta nyaman bagi pendidikan agar bisa mempunyai citra (*brand image*) yang unggul dan dapat menyaingi pada pendidikan tinggi lainnya menurut Muttaqien (2022). Oleh karena itu harus dilakukannya strategi yang tepat agar membuat minat calon mahasiswa baru dengan memberikan perhatian yang baik kepada pelayanan pendidikan agar bisa menciptakan kualitas pendidikan yang prima dan citra merk yang berdampak akan membuat universitas menjadi lembaga loyalitas yang tinggi dan maju.

Salah satu program Perguruan Tinggi Swasta di Lumajang adalah Institut Ekonomi Manajemen (IEM) yang berdiri pada tanggal 1 Mei 1982 berubah menjadi STIE Widya Gama Lumajang (STIE) lalu beralih nama menjadi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama (ITB WIGA) Lumajang baru saja diresmikan pada tanggal 21 Oktober 2021. Namun tidak disangka kampus yang berakreditasi B langsung memperoleh prestasi. ITB Widya Gama Lumajang berhasil meraih anugerah kampus unggulan penghargaan sebagai Perguruan Tinggi Implementasi Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) terbaik di Hotel Grand Mercure Malang pada tanggal 25 November 2021. Kampus tersebut bukanlah satu-satunya Perguruan Tinggi Swasta yang ada di Kabupaten Lumajang adapun beberapa Perguruan Tinggi Swasta yang berada di Kabupaten Lumajang ialah Universitas Lumajang (UNILU), Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Jendral Sudirman, STKIP Muhammadiyah, STKIP PGRI Lumajang. ITB Widya Gama Lumajang sebagai produk suatu jasa dalam pelayanan pendidikan harus mampu bersaing dalam lembaga pendidikan tinggi yang cukup berat dalam memperoleh calon mahasiswa baru sebagai konsumen, dalam hal ini sehingga perlu dilakukan bauran strategi pemasaran yang baik dan mampu menarik konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan citra yang ada di universitas yang merupakan fakta yang mengacu pada seseorang tentang kenyataan berdasarkan pengetahuan yang diketahui faktanya atau sebagai nilai tambah pada suatu jasa atau produk. *Citra/Image* suatu universitas mempunyai peran penting bagi para calon konsumen khususnya mahasiswa dalam menentukan proses pemilihan mereka dalam melanjutkan pendidikan diperguruan tinggi. Namun ada beberapa aspek yang

harus dipertimbangkan salah satunya menurut Kotler dan Keller (2013) citra adalah nama, istilah, tanda symbol, desain atau bauran dari beberapa elemen ini, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu produk jasa untuk *brand image* atau merek mereka dari para pesaing yang ada. Dengan ini citra univesitas atau merek terdapat hubungan penting dengan perusahaan yang menyediakan produk jasa dan mahasiswa selaku konsumen dengan secara signifikan dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan dan melakukan penilaian yang baik terhadap apa yang akan konsumen pilih.

Fasilitas merupakan salah satu peran penting menurut Kurliyatin *et all* (2017) menyebutkan sarana pendidikan adalah segala sesuatu peralatan, bahan, dan perabot yang secara langsung digunakan yaitu untuk proses belajar seperti ruang perpustakaan, ruang laboratarium dan juga ruang praktik dalam proses pendidikan diperguruan tinggi, lalu prasarana pendidikan kegunaanya tidak digunakan secara langsung bagi peranan belajar tetapi kelengkapan dasar yang secara tidak langsung melakukan proses bagi pendidikan yaitu ruang TU, kantin sekolah, dan tempat parkir kendaraan. Jika fasilitas pendidikan yang diperlukan tersedia maka mahasiswa otomatis akan merasa nyaman dalam menempuh pendidikan dengan fasilitas tersedia dan digunakan menjadi aspek pertimbangan bagi calon mahasiswa yang akan memilih pendidikan pada suatu program studi menurut Muttaqien *et all* (2019).

Secara umum, lokasi adalah suatu keputusan atau dimana akan diputuskan tempat usaha yang dibuat oleh perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan menurut Wulandari (2013) suatu tempat dimana keputusan untuk memperoleh

perusahaan atau lembaga pendidikan dimana ada suatu stafnya dan jam operasionalnya akan dijalankan sebagai tempat lokasi. Hal terpenting didalam mengembangkan suatu usaha atau jasa harus ada pada letak lokasi yang ada pada daerah yang strategis, begitu juga cara menyampaikanya dan selain itu juga terdapat pada waktu tempuh lokasi terhadap tujuan. Lokasi perguruan tinggi juga dapat menentukan citra usaha atau universitas tersebut, karna faktor penting dalam mengembangkan suatu usaha adalah terletak dipertanian dan waktu tempuh kelokasi tujuan.

Biaya pendidikan salah satu peran terpenting yang harus diperhatikan dan disediakan bagi seorang mahasiswa yang menjadi dasar masuknya dalam menyelenggaraan pendidikan dalam proses pembelajaran di universitas yang akan dijelaskan oleh Lyanna & Abraham (2012) dalam hal ini merupakan bahwa :“Biaya pendidikan adalah bauran berbagai komponen misalnya biaya kuliah, biaya hidup, biaya bahan pendidikan seperti buku teks, biaya medis, biaya visa dan biaya lainnya”. Selain itu didalam suatu biaya pendidikan terdapat dua biaya yang berbeda yaitu ada biaya langsung adalah biaya yang berguna untuk kuliah misalnya membayar SPP, DPP dan ekstrakurikuler atau kegiatan kampus lainnya dan tidak langsung adalah biaya sebagai kebutuhan hidup misalnya biaya transportasi, makanan dan lainnya selama menjalankan di bangku perkuliahan”

Sedangkan yang di maksud dengan proses pengambilan keputusan berdasarkan Lunenburg (2022) “Pengambilan keputusan merupakan proses untuk mendapatkan pilihan dari sejumlah alternatif untuk mencapai tujuan bisnis yang di hasilkan”. Hal ini tentu diperlukan sebagai salah satu tahap untuk sebuah

tindakan dimana akan melakukan pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan merupakan suatu yang dilandasi berupa adanya kriteria tertentu didalamnya. Didalam suatu proses pengambilan keputusan untuk pendidikan guruan tinggi biasanya calon mahasiswa atau konsumen harus memperhatikan berbagai faktor serta kualitas pelayanan yang ada.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mendapatkan fenomena yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai peran citra, fasilitas, lokasi, dan biaya pendidikan terhadap pengemambilan keputusan studi diinstitusi pendidikan swasta yang mempengaruhi keputusan kuliah dengan menuangkannya dalam skripsi dengan judul **“Peran Citra, Fasilitas, Lokasi Dan Biaya Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Institut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang Angkatan 2021”**

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi batasan dalam penelitian diatas hanya meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa yang mendaftar pada tahun 2021 dan lebih memfokuskan pada peran permasalahan seperti citra, fasilitas, lokasi, biaya dan keputusan memilih perguruan tinggi studi kasus dalam penelitian ini pada Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, sedangkan pembahahasan dalam penelitian hanya membahas yang berkaitan dalam bidang pemasaran bukan pendidikan.

1.3 Rumusan masalah

Berikut beberapa rumusan masalah yang ada berdasarkan pembahasan latar belakang diatas antara lain:

1. Bagaimana pengaruh citra terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2021 dalam memilih Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2021 dalam memilih Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2021 dalam memilih Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang?
4. Bagaimana pengaruh biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2021 dalam memilih Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang?
5. Bagaimana pengaruh citra, fasilitas, lokasi, dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2021 dalam memilih Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dari penelitian ini ialah untuk mengetahui sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2021 dalam memilih Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2021 dalam memilih Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2021 dalam memilih Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

4. Untuk mengetahui pengaruh biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2021 dalam memilih Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.
5. Bagaimana pengaruh citra, fasilitas, alokasi, dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2021 dalam memilih Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi akademis dan khususnya bagi manajemen pemasaran, adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi peneliti

Bagi peneliti sendiri guna untuk sebagai ilmu pengetahuan baru tentang bagaimana cara atau proses dalam mengambil keputusan itu sendiri dan untuk menambah wawasan penulis supaya dapat berfikir sistematis dan kritis dalam menghadapi sebuah permasalahan yang ada. Juga salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) diperguruan tinggi tersebut.

b. Bagi akademis

Diharapkan mampu dijadikan tambahan wawasan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bahan pertimbangan bagi peneliti yang akan mendatang guna untuk mengkaji dalam penelitian yang lebih luas.

c. Bagi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

Hasil dari sebuah penelitian ini dimampu untuk memberikan informasi bagi peneliti atau referensi bagi mahasiswa dalam pembuatan karya ilmiah dan sebagai

bahan pertimbangan untuk kaprodi manajemen dan pimpinan guna untuk membuat kebijakan serta strategi misalnya dalam citra (*brand image*), fasilitas, lokasi dan biaya sehingga dapat menambah keinginan masyarakat dalam memilih Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

d. Bagi masyarakat

Manfaat dari hasil penelitian ini yaitu sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat khususnya mahasiswa yang akan memutuskan untuk masuk perguruan tinggi yang tepat.

