

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di bidang pendidikan khususnya di jenjang Strata Dua (S2) semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya perguruan tinggi yang menyediakan berbagai macam pilihan jenis prodi yang ditawarkan. Perguruan tinggi yang menawarkan berbagai pilihan jenis prodi jenjang Strata Dua (S2) di Indonesia juga telah mengembangkan berbagai model kerja sama pendidikan seperti kelas *double degree*. Persaingan ini juga diramaikan dengan semakin banyaknya Perguruan Tinggi Asing yang menawarkan berbagai macam jenis beasiswa dengan persyaratan tertentu, contohnya Perguruan Tinggi Australia yang menawarkan beasiswa ADS dan APS. Membanjirnya persaingan di dunia pendidikan dengan berbagai kelebihan yang ditawarkan telah mempengaruhi sikap seseorang untuk menentukan pilihan jenis prodi yang disukainya.

Salah satu perguruan tinggi di Indonesia yang menawarkan jenjang Prodi Strata Dua (S2), adalah Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura. Pada tahun 2010 Fakultas Ekonomi telah membuka prodi baru yaitu prodi Strata Dua (S2) Akuntansi dengan kajian pada Akuntansi Forensik dengan keunggulan Prodi yang masih begitu langka di Indonesia. Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik tersebut memiliki kekhususan tersendiri pada bidangnya. Tahun 2011, Fakultas Ekonomi telah membuka penerimaan mahasiswa baru.

Dalam perkembangannya, prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik menemui berbagai kendala salah satunya yaitu kurangnya informasi yang diberikan oleh Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik kepada masyarakat.

Kurangnya informasi kepada masyarakat dikarenakan sedikitnya media komunikasi pemasaran untuk mengenalkan prodi unggulan yang dapat dimanfaatkan, disebabkan memang biaya promosi yang dimiliki sedikit. Minimnya komunikasi pemasaran yang digunakan mengakibatkan masyarakat tidak bisa mengenal dan mengerti tentang prodi unggulan yang pertama kali dibuka di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura. Sehingga mengakibatkan, jumlah mahasiswa yang mendaftar sedikit (tidak mencapai target). Dikarenakan mahasiswa baru yang masuk di Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik hanya 9 mahasiswa sedangkan target yang ingin dicapai yaitu 25 mahasiswa.

Berikut merupakan data mahasiswa jenjang Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2011-2013 pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1

Data mahasiswa Program Studi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik

Di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura

Tahun 2011-2013 sebagai berikut :

No.	Tahun	Jumlah Mahasiswa
1.	2011	9 Mahasiswa
2.	2012	8 Mahasiswa
3.	2013	14 Mahasiswa

Sumber : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terjadi penurunan jumlah mahasiswa ditahun 2012 dan peningkatan jumlah mahasiswa ditahun 2013 , akan tetapi peningkatan tersebut tidak sesuai dengan kuota yang ditargetkan dikarenakan target yang ingin dicapai oleh Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik adalah

25 mahasiswa pertahunnya. Permasalahan yang menyebabkan terjadi hal ini adalah karena kurangnya informasi yang diberikan dari pihak prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik. Maka disini pihak prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik dituntut untuk bisa memberi informasi yang lebih efektif dan mampu memberi keyakinan kepada calon mahasiswa baru mengenai prodi unggulan yang baru pertama kali dibuka di Universitas Trunojoyo Madura

Komunikasi merupakan media informasi yang sangat efektif, pernyataan ini didukung oleh Setiono (2011:106) yang menyatakan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh lingkungan sangat berpengaruh dalam pemilihan produk oleh konsumen. Dalam perusahaan jasa, komunikasi promosi sangatlah penting sebagai salah satu cara untuk menarik minat konsumen. Komunikasi promosi yang biasa digunakan yaitu, periklanan, *personal selling*, publisitas dan promosi penjualan. Menurut Swastha (2001:28) menegaskan terdapat 4 (empat) alat - alat promosi yaitu periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan dan publisitas. Menurut Shinta (2011:130) menegaskan terdapat 5 (lima) bentuk-bentuk promosi yaitu, *personal selling*, periklanan, publisitas, promosi penjualan, dan *direct marketing*.

Kotler dan Keller (2009:174) menegaskan terdapat 8 (delapan) bauran komunikasi pemasaran yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas, *personal selling*, pemasaran langsung, acara dan pengalaman, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura seharusnya menggunakan komunikasi promosi yang efektif guna mengkomunikasikan program studi terbarunya yaitu prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik yang merupakan prodi unggulan kepada calon mahasiswa baru jenjang Strata Dua (S2).

Sedangkan promosi pertama kali yang dilakukan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura dalam mempromosikan prodi jenjang Strata Dua (S2) akuntansi forensik yaitu promosi pada media surat kabar, tetapi promosi tersebut tidak efektif. Dengan ketidak efektifan promosi pada media surat kabar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis terus melakukan promosi yaitu pada alumni Strata Satu (S1) Akuntansi Universitas Trunojoyo Madura, Perguruan Tinggi, Inspektorat se Jawa Timur, BPK Jawa Timur, BPK Pusat, Kejaksaan, Kejaksaan Tinggi, PEMDA, Brosur, Website, Seminar-seminar, dan Workshop. Dari promosi yang dilakukan oleh Fakultas Ekonomi tersebut, promosi yang paling efektif adalah promosi pada alumni Strata Satu (S1) akuntansi Universitas Trunojoyo Madura dan PEMDA. Komunikasi promosi yang dilakukan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura tujuannya yaitu untuk mengkomunikasikan produk unggulan Fakultas Ekonomi jenjang Strata Dua (S2) akuntansi Forensik dapat mempengaruhi calon mahasiswa jenjang Strata Dua (S2) dalam mengambil keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik Di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah bauran promosi yang terdiri dari *advertising*, *personal selling*, promosi penjualan, Publisitas, dan *Direct marketing* secara simultan

berpengaruh terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura?

2. Apakah periklanan (*advertising*) berpengaruh terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura?
3. Apakah *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura?
4. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura?
5. Apakah Publisitas berpengaruh terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura?
6. Apakah *Direct Marketing* berpengaruh terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura?
7. Variabel manakah yang berpengaruh paling dominan dari bauran promosi yang terdiri dari *advertising*, *personal selling*, promosi penjualan, Publisitas, dan *Direct marketing* terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh bauran promosi yang terdiri dari *advertising*, *personal selling*, promosi penjualan, Publisitas, dan *Direct marketing* secara simultan terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura ?
2. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh periklanan (*advertising*) terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura ?
3. Untuk mengetahui pengaruh *Personal Selling* terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura ?
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi Penjualan terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura ?
5. Untuk mengetahui pengaruh Publisitas terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura ?
6. Untuk mengetahui pengaruh *Direct Marketing* terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura ?
7. Untuk mengetahui pengaruh variabel yang dominan dari bauran promosi yang terdiri dari *advertising*, *personal selling*, *promosi penjualan*, Publisitas, dan *Direct marketing* terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura ?

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun mafaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi ilmu pengetahuan
 1. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi ilmu pengetahuan terutama pengetahuan tentang bauran promosi yang terdiri dari *advertising*, *personal selling*, promosi penjualan, Publisitas, dan *Direct marketing* terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
 2. Memberikan sumbangan masukan bagi ilmu pengetahuan dalam menambahkan referensi hasil penelitian dan juga sebagai pertimbangan dalam mempelajari masalah praktis guna observasi ilmiah.
2. Manfaat bagi Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura
 1. Memberikan masukan pemikiran dan pemecahan masalah bagi Fakulas Ekonomi tentang bauran promosi yang terdiri dari *advertising*, *personal selling*, promosi penjualan, Publisitas, dan *Direct marketing* terhadap keputusan memilih Prodi Strata Dua (S2) Akuntansi Forensik di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
3. Manfaat bagi penulis
 1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memperbaiki daya nalar dan pola pikir terapan bagi peneliti.

2. Melatih penulis untuk menetapkan suatu masalah agar mampu memberikan alternative pemecahan yang lebih sesuai dengan materi yang didapat di bangku perkuliahan.

4. Manfaat bagi Universitas

Sebagai pembendaharaan perpustakaan untuk kepentingan mahasiswa dalam menyusun skripsi.