

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Upaya dalam peningkatan kemampuan manusia melalui jasa pendidikan sangat diperlukan dalam menghadapi tantangan di kehidupan dunia global seperti sekarang dan dimasa yang akan datang. Hasil studi terhadap berbagai negara maju dan negara berkembang menunjukkan bahwa tingkat kemajuan suatu pembangunan negara amat erat kaitannya dengan tingkat pendidikan negara itu. Tingkat pertumbuhan ekonomi suatu negara juga dapat dilihat dari tingkat kemajuan pendidikan negara itu. Makin tinggi tingkat pendidikan suatu negara menunjukkan makin tinggi pula tingkat kemakmuran dari negara tersebut.

Pendidikan merupakan prioritas utama bagi masyarakat, dengan suatu usaha dalam mewujudkan proses pembelajaran yang dinamis, aktif, dan modern supaya dapat mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kecerdasan secara intelektual, kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, akhlak mulia, serta ketrampilanyang diperlukan dirinya dan masyarakat.

Seiring perkembangan zaman, ilmu pengetahuan, wawasan dan pendidikan juga bisa kita dapatkan lebih lanjut sampai jenjang perguruan tinggi. Bagi mereka yang memilih melanjutkan dan menyelesaikan pendidikannya hingga ke perguruan tinggi, maka mereka akan dihadapkan dengan beragam pilihan perguruan tinggi. Selain itu, mereka juga akan dihadapkan pada banyaknya pertimbangan yang harus mereka pikirkan. Dari berbagai pertimbangan yang ada, mereka dituntut untuk membuat

keputusan terhadap perguruan tinggi mana yang akan mereka pilih sehingga mereka dapat melanjutkan pendidikannya sesuai dengan keinginan dan harapan mereka dalam melanjutkan pendidikannya. Terdapat berbagai macam perguruan tinggi yang ada di Indonesia, diantaranya adalah universitas, akademi, institut, politeknik, dan sekolah tinggi.

Universitas didirikan salah satunya bertujuan untuk mengarahkan manusia menjadi tenaga profesional yang siap kerja, ataupun tenaga pendidikan serta peneliti. Di Indonesia terdapat banyak Universitas, dan salah satunya adalah Universitas Trunojoyo Madura yang berada di Kabupaten Bangkalan, Provinsi Jawa Timur.

Universitas Trunojoyo Madura merupakan perguruan tinggi negeri yang ada di Madura yang terdiri dari 7 Fakultas dengan berbagai program studi di dalamnya. Universitas Trunojoyo Madura memiliki berbagai jenjang program studi yang ditawarkan, yaitu jenjang Diploma (D3), Sarjana (S1), dan Pasca Sarjana (S2) dengan berbagai konsentrasi program studi yang ada.

Tabel 1.1
Data Perkembangan Peminat Calon Mahasiswa Baru UTM

No	Fakultas	Program Studi	Strata	Jumlah Peminat		
				2013	2014	2015
1	Hukum	ilmu hukum	s1	389	1027	1787
2	Pertanian	Agrotekonologi	s1	167	841	1407
3	Pertanian	Agribisnis	s1	209	554	1319
4	Pertanian	Teknologi Industri Pertanian	s1	176	605	1052
5	Pertanian	Ilmu Kelautan	s1	124	383	564
6	Pertanian	Manajemen sumberdaya perairan	s1			
7	Ekonomi	Manajemen	s1	620	1428	3282
8	Ekonomi	Akuntansi	s1	634	1004	2183
9	Ekonomi	ekonomi pembangunan	s1	189	595	1086
10	Ekonomi	akuntansi sektor publik	d3	53	79	59
11	Ekonomi	Enterpreneur	d3		59	42
12	Teknik	teknik industri	s1	293	608	1177
13	Teknik	teknik informatika	s1	782	1135	1596
14	Teknik	teknik elektro	s1		415	735
15	Teknik	teknik mekatronika				
16	Teknik	teknik mesin				
17	Teknik	sistem informasi				
18	Teknik	manajemen informatika	d3	107	91	75
19	Teknik	Mekatronika	d3	19	74	34
20	Teknik	teknik multimedia dan jaringan	d3	73	104	50
21	Fisib	Sosiologi	s1	182	659	1194
22	Fisib	ilmu komunikasi	s1	223	682	1562
23	Fisib	sastra inggris	s1	195	473	780
24	Fisib	Psikologi	s1	230	775	1560
25	Fkip	Pgsd	s1	942	1353	2592
26	Fkip	Pbsi	s1		608	1162
27	Fkip	pendidikan informatika	s1		506	563
28	Fkip	pendidikan ipa	s1		724	1233
29	Fkip	pg paud	s1		291	672
30	Fkis	hukum bisnis syariah	s1	128	553	725
31	Fkis	ekonomi syariah	s1	250	954	1626

Sumber: siacad tertanggal 15 desember 2015

Berdasarkan Tabel 1.1 dari beberapa Fakultas yang terdapat di Universitas Trunojoyo Madura, Fakultas Ekonomi merupakan salah satu fakultas yang paling banyak diminati oleh calon mahasiswa baru di setiap tahunnya. Berdasarkan beberapa informasi menyebutkan alasan calon mahasiswa baru memilih fakultas ekonomi sebagai pilihannya diantara lain karena menurut mereka ilmu bidang ekonomi merupakan ilmu yang dimana keberadaannya mengikuti perkembangan jaman, lulusan fakultas ekonomi memiliki peranan strategis dalam dunia pekerjaan, lulusan fakultas ekonomi banyak diminati oleh perusahaan, ilmu bidang ekonomi selalu bersentuhan langsung dengan keseharian manusia, dan menurut persepsi mereka lulusan fakultas ekonomi bukan hanya mudah untuk melamar pekerjaan namun juga dapat membuka lapangan pekerjaan.

Fakultas Ekonomi merupakan salah satu Fakultas tertua di Universitas Trunojoyo Madura Setelah Fakultas Hukum dan Fakultas Pertanian. Didalam Fakultas Ekonomi Terdapat 8 Program Studi di Fakultas Ekonomi, yaitu ; program pascasarjana (Magister Manajemen, Magister Akuntansi Forensik dan Magister Ilmu Ekonomi), program sarjana (Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Pembangunan), dan Program Diploma (DIII entrepreneurship dan DIII Akuntansi Sektor Publik). Berdasarkan data KRS per tanggal 21 maret 2016 jumlah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi kurang lebih sebanyak 2368 mahasiswa, angka tersebut dapat dikatakan cukup banyak mengingat jumlah tenaga pengajar di Fakultas Ekonomi yang masih terbatas, jumlah ruang kuliah dan fasilitas yang masih minim bagi fakultas yang memiliki sekian banyak mahasiswa. Hal tersebut dapat mempengaruhi kualitas

mahasiswa dalam proses pembelajaran yang outputnya juga akan mempengaruhi kualitas alumni dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

Alma (2007:377) mengemukakan bahwa terdapat beberapa variabel yang menimbulkan citra (*image*), diantaranya meliputi dosen, perpustakaan, teknologi pendidikan, biro konsultan, kegiatan olahraga, kegiatan *marching band* dan tim kesenian, kegiatan keagamaan, kunjungan orang tua ke kampus, dan alumni. Selain itu, dalam memilih perguruan tinggi juga memperhatikan bauran pemasaran lembaga pendidikan, yaitu *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* (Alma, 2007:382).

Citra merek dari Fakultas tersebut juga akan turut dipertimbangkan, pemilihan tepat terhadap Fakultas dengan citra merek (*brand image*) yang baik akan lebih di prioritaskan guna memenuhi kebutuhannya, karena pencitraan yang baik suatu Fakultas akan mendapatkan nilai positif di mata konsumen dan juga dapat memberikan gambaran mengenai kualitas dari konsentrasi studi tersebut. Citra (*image*) bisa diartikan sebagai reputasi lembaga tersebut di mata masyarakat. Perguruan tinggi yang terkenal dan banyak menghasilkan lulusan yang sukses secara umum di kenal sebagai perguruan tinggi yang baik dan bermutu.

Calon mahasiswa harus mampu mencari informasi dari sebuah lembaga pendidikan khususnya perguruan tinggi. Supaya calon mahasiswa selalu mengetahui perkembangan informasi dari perguruan tinggi tersebut. Termasuk bagi mahasiswa dalam menentukan pilihan ketika memilih fakultas yang ditawarkan oleh program studi yang nantinya akan menjadi pilihan terbaiknya dalam menentukan masa depannya.

Memilih merupakan bagian dari suatu upaya pemecahan sekaligus sebagai bagian dari proses.

Dampak ketika sudah menetapkan suatu pilihan akan membawa pengaruh jangka panjang, baik dari manfaat yang akan diperoleh maupun resiko yang akan ditanggung. Karena Tugas perguruan tinggi bukan hanya sebatas untuk menghasilkan lulusan yang diukur secara akademis, melainkan keseluruhan program dan juga lembaga perguruan tinggi yang harus mampu membuktikan kualitas yang tinggi. Tentu untuk menentukan pilihan dengan pertimbangan - pertimbangan tersebut tidaklah mudah dan diperlukan pemikiran yang benar-benar tepat berdasarkan berbagai pertimbangan.

Farid dalam Yani (2008) berpendapat bahwa sebuah lembaga pendidikan harus bisa membuktikan kepada masyarakat serta konsumen yang dalam hal ini merupakan mahasiswa, mengenai kualitas yang tinggi dan didukung oleh akuntabilitas yang ada berupa bukti prestasi, penilaian, sertifikasi kualitas, keberhasilan alumni dalam mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan bidang ilmunya, evaluasi juga dibutuhkan untuk memperoleh pengakuan dari masyarakat, serta perubahan kurikulum dan metode pengajaran yang berdampak pada lamanya masa studi serta kualitas lulusan yang lebih baik.

Dari beberapa hal yang mempengaruhi calon mahasiswa baru dalam menentukan pilihan memilih fakultasnya, peneliti memilih citra merek (*brand image*) karena berkaitan dengan citra, nama, dan kualitas di dalam Fakultas Ekonomi yang berdampak jangka panjang serta akan menghasilkan manfaat di masa yang akan datang. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian

dengan judul “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura (studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura)”.

1.2 Rumusan Masalah

Pada latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan, pemilihan fakultas pada perguruan tinggi dengan citra merek (*brand image*) yang baik akan lebih di prioritaskan guna memenuhi kebutuhannya, karena pencitraan yang baik suatu perguruan tinggi akan mendapatkan nilai positif di mata konsumen dan juga dapat memberikan gambaran mengenai kualitas perguruan tinggi tersebut. kesuksesan perguruan tinggi dalam melaksanakan kegiatan proses pendidikan dilihat dari mutu pendidikan. Di tengah banyaknya perguruan tinggi, calon mahasiswa akan tetap melihat dari sudut pandang atau faktor-faktor yang berkaitan dengan citra yang dihasilkan konsentrasi tersebut sebelum akhirnya mereka mengambil keputusan memilih konsentrasi yang ditawarkan dalam program studinya.

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana Citra Merek (*brand image*) pada keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
- b. Apakah Citra Merek (*brand image*) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis Citra Merek (*brand image*) pada keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.
- b. Untuk menganalisis pengaruh Citra Merek (*brand image*) terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai antara lain:

- a. Bagi pihak pengelola perguruan tinggi negeri khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura, dapat dijadikan bahan masukan dalam menentukan strategi pemasaran dan mengetahui bagaimana pengaruh Citra Merek (*brand image*) terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.
- b. Dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan mengenai aplikasi teori manajemen, khususnya yang berhubungan dengan bidang studi manajemen pemasaran.
- c. Bagi peneliti selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi, rujukan, perbandingan, dan bukti tambahan bagi penelitian-penelitian lain di masa mendatang khususnya yang berkaitan dengan Citra Merek (*brand image*) dan keputusan memilih.