

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi muda merupakan garda terdepan dalam membangun bangsa dan sebagai generasi penerus bangsa, yang dimana generasi sekarang harus memiliki pengetahuan dan pengalaman yang luas. Dengan menempuh bangku perkuliahan, generasi muda sekarang akan mendapatkan pengetahuan dan pengalaman yang lebih. Dengan terdidiknya para generasi muda, maka mereka akan sadar betapa pentingnya meneruskan perjuangan bangsa ini demi banyak orang. Generasi muda yang terbuka pemikirannya akan berfikir cara untuk memajukan negara ini kearah yang lebih baik dari sebelumnya.

Dengan kompetensi dan kemampuan yang dimiliki dari lulusan perguruan tinggi, tentunya generasi muda akan menjadikan kuliah sebagai solusi untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman yang luas. Serta membantu untuk meraih karir yang lebih baik.

Penyedia jasa Pendidikan seperti Perguruan Tinggi mempunyai kewajiban untuk menghasilkan sumber daya manusia yang kompeten melalui proses pendidikan yang efektif dan efisien. Sebab, dunia pendidikan memegang peranan yang sangat penting dalam menghasilkan sumber daya manusia yang handal dan berkualitas yang mampu bersaing baik dengan sesama anak bangsa maupun bersaing dengan sumber daya manusia dari negara lain.

Pada kenyataanya kualitas pendidikan di negara kita tidak sebagus seperti di negara lain. Banyak lembaga pendidikan yang berupaya untuk menciptakan lulusan-lulusan yang memiliki kualitas dan daya juang tinggi di Masyarakat, hal ini bertujuan untuk menghadapi tantangan dan persaingan yang semakin sulit yang saat ini mengalami berbagai permasalahan seperti misalnya menurunnya jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun yang berdampak cukup signifikan terhadap kondisi internal di kampus tersebut. Seperti yang kita ketahui bahwa tujuan utama bisnis jasa pendidikan adalah menarik murid sebanyak-banyaknya untuk memperoleh profit, baik berupa finansial maupun benefit positif lainnya, seperti jumlah murid pada institusi tersebut. Sedangkan, semakin banyak konsumen berpindah memilih

ke lembaga pendidikan lain, maka semakin kecil kemungkinan perusahaan mendapatkan keuntungan.

Sebagai bagian dalam sistem pendidikan di Indonesia, perguruan tinggi memiliki peran sentral dalam tujuan mencerdaskan bangsa melalui upaya pengembangan pengetahuan, teknologi melalui upaya pemberdayaan masyarakat yang berdampak luas. Adapun kategori perguruan tinggi yang ada di Indonesia terdiri dari Perguruan Tinggi Negeri (PTN), Perguruan Tinggi Swasta (PTS), dan Perguruan Tinggi Kedinasan (PTK) yang mana lembaganya berbentuk Universitas, Sekolah Tinggi, ataupun Akademi.

Pada umumnya target pasar perguruan tinggi adalah siswa yang sebagian akan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) sederajat yang akan melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi tentu menginginkan agar nantinya selesai dengan cepat dan kemudian mudah mendapat pekerjaan.

Provinsi Kalimantan Utara sendiri merupakan provinsi yang memiliki jumlah lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) Sederajat yang cukup banyak, hal ini dapat terlihat dari data yang terdapat dalam tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Lulusan SMA Sederajat Kalimantan Utara

Tahun	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah	4.870	5.157	5.609	5.740	5.538

Sumber : Dinas Pendidikan Prov. Kalimantan Utara Tahun 2024

Dari data pada tabel diatas terdapat potensi besar untuk sebuah Perguruan Tinggi atau Universitas memperoleh mahasiswa baru, walaupun terdapat banyak faktor lain yang menjadi tantangan bagi sebuah Perguruan Tinggi memperoleh calon mahasiswa baru seperti bersaing dengan Perguruan Tinggi lainnya, maupun dengan Lembaga Pendidikan lainnya seperti Perguruan Tinggi Kedinasan.

Provinsi Kalimantan Utara sendiri memiliki 2 (dua) Perguruan Tinggi Negeri yaitu Universitas Borneo Tarakan, dan Politeknik Negeri Nunukan, Serta 8 Perguruan Tinggi Swasta seperti : Universitas Kaltara, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) PPKIA Tarakanita Rahmawati Tarakan,

Politeknik Bisnis Kaltara, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bulungan Tarakan, Politeknik Kaltara, Politeknik Malinau, Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah STIT Al-Anshar Tanjung Selor, dan Sekolah Tinggi Ilmu Tasbiyah Ibnu Khaldun Nunukan.

Perguruan Tinggi Swasta di Kalimantan Utara saat ini berjumlah semakin banyak, perguruan tinggi swasta di Kalimantan Utara menghadapi persaingan yang semakin ketat dan kompleks antar satu perguruan tinggi dengan perguruan tinggi lainnya. Kondisi persaingan seperti ini yang menuntut perguruan tinggi untuk selalu memperhatikan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen potensialnya yaitu calon mahasiswa dan atau orang tuanya secara lebih memuaskan dibanding perguruan tinggi lain (para pesaing).

Kemampuan menarik mahasiswa tergantung pada informasi yang diberikan oleh masing-masing perguruan tinggi swasta, hal ini terlihat dari strategi bauran pemasaran jasa masing-masing perguruan tinggi swasta. Selain strategi bauran pemasaran jasa, status akreditasi juga mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta sebagai tempat untuk melanjutkan studinya.

Perguruan Tinggi baik Perguruan Tinggi Negeri maupun Perguruan Tinggi Swasta mengalami persaingan dalam memperebutkan calon mahasiswa. Jika kurang cermat dalam menyikapi hal tersebut memungkinkan suatu Perguruan Tinggi mengalami penurunan jumlah mahasiswa dari tahun ke tahunnya. Seperti halnya yang dialami oleh Universitas Kaltara yang mengalami penurunan jumlah mahasiswa baru dari tahun ke tahun seperti yang terlihat pada tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 1.2

Jumlah Mahasiswa Universitas Kaltara

Tahun	Jumlah Mahasiswa
2019	1.531
2020	1.193
2021	1.041
2022	997
2023	958

Sumber : <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>

Berdasarkan data dari Pangkalan Data Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, diketahui bahwa terdapat tren penurunan jumlah

mahasiswa dari tahun ke tahun di Universitas Kaltara. Data tersebut merupakan data jumlah mahasiswa semester Ganjil di setiap tahunnya, sebab pada semester tersebut mahasiswa baru telah terdaftar di dalam data Universitas.

Penurunan jumlah mahasiswa di Universitas Kaltara setiap tahunnya tidak lepas dari menurunnya jumlah mahasiswa yang masuk di setiap tahunnya, seperti yang terlihat dari data tabel 1.2 di bawah ini :

Tabel 1.2
Jumlah Mahasiswa Baru Universitas Kaltara

Sumber :

Gambar 1.1

Berdasarkan data dari ,diketahui bahwa terdapat tren penurunan jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun di Universitas Kaltara. Data terse

Produk (Program Studi) merupakan kesatuan rencana belajar sebagai pedoman penyelenggaraan pendidikan akademik dan/atau profesional. Program studi ini diselenggarakan atas dasar kurikulum yang ditujukan agar mahasiswa dapat menguasai pengetahuan, sikap, dan perilaku/keterampilan yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Produk yang ditawarkan kepada konsumen haruslah produk yang berkualitas, karena kualitas merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perguruan tinggi..

Universitas Kaltara sendiri memiliki beberapa Fakultas dan Program Studi yang tersedia sebagai berikut : Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara menawarkan 2 (dua) program studi Strata-1 (S1) yaitu : Manajemen dan Pembangunan, Fakultas

Teknik menawarkan 2 (dua) program studi Strata-1 (S1) yaitu: Arsitektur dan Teknik Sipil, Fakultas Pertanian Universitas Kaltara menawarkan 1 (satu) program studi Strata-1 (S1) yaitu : Agroteknologi, Fakultas Matematika & IPA (MIPA) Universitas Kaltara menawarkan 2 (dua) program studi Strata-1 (S1) yaitu : Matematika dan Fisika, Fakultas Sosial & Politik Universitas Kaltara menawarkan 1 (satu) program studi Strata-1 (S1) yaitu : Administrasi Negara.

Pilihan Program Studi menjadi salah satu pertimbangan calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi mana yang akan dia pilih. Sebab calon mahasiswa baru akan lebih memilih program studi yang sesuai minat dan bakatnya, selain itu calon mahasiswa baru juga melihat prospek pekerjaan ketika memilih suatu program studi. Beberapa calon mahasiswa baru juga akan lebih memilih untuk masuk di program studi yang linear dengan jurusannya pada saat di Sekolah Menengah Atas sederajat. Selain itu juga yang menjadi faktor lainnya adalah mengikuti jurusan atau program studi yang sama dengan teman sewaktu Sekolah Menengah Atas sederajat.

Tidak jarang juga faktor lain yang mempengaruhi calon mahasiswa baru dalam menentukan Perguruan Tinggi yang akan dipilih adalah mengikuti saran ataupun pilihan dari orang tua mereka yang menginginkan anaknya melanjutkan Pendidikan di Perguruan Tinggi yang menurut mereka memiliki fasilitas dan akreditasi terbaik dan sesuai dengan keinginan mereka.

Status akreditasi suatu perguruan tinggi merupakan cermin kinerja perguruan tinggi yang bersangkutan dan menggambarkan mutu, efisiensi, serta relevansi suatu program studi yang diselenggarakan. Dengan adanya status akreditasi, maka mahasiswa akan semakin yakin dan percaya untuk melanjutkan studinya di perguruan tinggi tersebut. Saat ini status Universitas Kaltara adalah terakreditasi B yang berarti bahwa standar minimum yang diisyaratkan oleh Badan Akreditasi Nasional terpenuhi.

Harga (biaya pendidikan) merupakan pengorbanan finansial yang akan dikeluarkan oleh mahasiswa menempuh pendidikan di Universitas Kaltara. Harga (biaya pendidikan) untuk kelas regulernya dalam hal ini terbagi oleh dua kategori yaitu adalah kategori Mata Kuliah Eksak dan Mata Kuliah Non-Eksak, kemudian

terbagi lagi oleh dua kategori yaitu Kategori 1 dan Kategori 2 dengan rincian biaya seperti yang tertera dalam tabel dibawah ini:

Pembiayaan menjadi salah satu hal yang penting dalam pendidikan. Namun, dalam perkembangannya, permasalahan pembiayaan pendidikan Indonesia mengalami berbagai masalah layaknya masalah hidup, semakin lama semakin banyak. Begitu pula yang terjadi pada mahasiswa di Universitas Kaltara yang menganggap bahwa Biaya Perkuliahan tersebut masih tergolong tinggi.

Keberadaan uang kuliah dalam mendukung pembiayaan sebuah perguruan tinggi merupakan jejak panjang yang sudah ada sejak puluhan tahun yang lalu. Berbeda apabila dibandingkan dengan pendidikan dasar dan menengah yang menjadi sebuah kewajiban negara, pendidikan tinggi bukan merupakan sebuah keharusan.

Faktor lain yang cukup mempengaruhi adalah letak dari suatu Perguruan Tinggi. Orang tua maupun calon mahasiswa baru akan mempertimbangkan jarak dan akses ke lokasi perguruan tinggi yang akan mereka pilih, apabila calon mahasiswa baru menempuh pendidikan di tempat yang jauh mereka akan mengeluarkan biaya untuk akomodasi seperti biaya kos, biaya transportasi dan juga biaya hidup selama di sana.

Kondisi ini yang menuntut perguruan tinggi untuk selalu memperhatikan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen potensialnya yaitu calon mahasiswa dan atau orang tuanya secara lebih memuaskan dibanding perguruan tinggi lain (para pesaing).

“Fungsi pemasaran pada organisasi yang berorientasi laba (perusahaan) dengan organisasi nirlaba (perguruan tinggi) sangat berbeda. Perbedaan yang nyata terletak pada cara organisasi dalam memperoleh sumber dana yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai macam aktivitas operasi di dalam perusahaan, memperoleh modal pertamanya dari para investor atau pemegang saham. Jika perusahaan telah beroperasi, dana operasional perusahaan terutama diperoleh dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Sebaliknya, organisasi nirlaba (perguruan tinggi) memperoleh dana dari sumbangan para donatur atau lembaga induk yang tidak mengharapkan imbalan apapun dari organisasi tersebut (Wijaya, 2008)”.

Promosi merupakan penyampaian informasi kepada masyarakat yang berperan untuk menarik mahasiswa agar memilih berkuliah di Universitas Kaltara dengan melakukan promosi dengan berbagai cara seperti : mendatangi sekolah-sekolah baik Sekolah Menengah Atas (SMA) maupun sekolah kejuruan, menggunakan brosur, spanduk, maupun hadir dalam pameran.

Tempat merupakan lokasi dimana lembaga pendidikan berada yang biasanya ada kaitannya dengan jauh tidaknya dari kota (strategis). Universitas Kaltara sendiri merupakan salah satu perguruan tinggi yang terletak di Jalan Sengkawit RT. 023 Kelurahan Tanjung Selor Hilir, Kabupaten Bulungan, Provinsi Kalimantan Utara.

Orang merupakan staff Profesional Universitas Kaltara yang terdiri dari staff yang melakukan pekerjaan mengajar, meneliti dan menjalankan layanan masyarakat, staff pendukung yang meliputi pekerja profesional dibidang tertentu, staff administrasi, keamanan, teknis, dan lain-lain. Staf akademi yang melakukan pekerjaan mengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Medan terdiri dari 19 orang dosen tetap yayasan, 3 orang dosen kopertis, 21 orang dosen tidak tetap, 4 orang pegawai dan 2 orang staf administrasi.

Proses merupakan penerimaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Al- Azhar Medan yang meliputi : pendaftaran, testing, dan daftar ulang.

Dari observasi awal yang dilakukan peneliti mengambil sampel harga dan menggunakan data grafik sebagaimana ditampilkan dalam gambar berikut

Untuk mengetahui pengaruh harga di Universitas Kaltara peneliti melakukan wawancara ke-10 responden sebagai observasi awal berupa kuesioner mengenai bauran pemasaran

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran dalam usaha peningkatan mahasiswa baru yang dilakukan Universitas Kaltara. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan tersebut, maka dari itu judul yang dipilih oleh penulis adalah ***“ANALISIS PENGARUH STRATEGI***

MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA BERKULIAH DI UNIVERSITAS KALTARA”.

1.2. Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh *marketing mix* dalam usaha peningkatan penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara.

1. Apakah produk jasa Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan mahasiswa kuliah di Universitas Kaltara?
2. Apakah harga jasa Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan mahasiswa kuliah di Universitas Kaltara?
3. Apakah lokasi jasa Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa kuliah di Universitas Kaltara?
4. Apakah promosi jasa Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara?
5. Apakah orang jasa Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara?
6. Apakah proses jasa Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara?
7. Apakah lingkungan fisik jasa Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh dari variabel produk jasa Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara.
2. Mengetahui pengaruh dari variabel harga jasa Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara.
3. Mengetahui pengaruh dari variabel lokasi jasa Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara.

4. Mengetahui pengaruh dari variabel promosi jasa Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara.
5. Mengetahui pengaruh dari variabel orang Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara.
6. Mengetahui pengaruh dari variabel proses Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara.
7. Mengetahui pengaruh dari variabel lingkungan fisik Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan mahasiswa baru di Universitas Kaltara.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak penulis tentang analisis pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam usaha peningkatan mahasiswa baru di Universitas Kaltara.

1. Bagi Pihak Universitas Kaltara

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan masukan dan informasi mengenai pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam usaha peningkatan mahasiswa baru di Universitas Kaltara.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan yang berkaitan dengan pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*).

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika dari penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah yang di hadapi, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang berhubungan dengan masalah yaitu yang berkaitan dengan bauran pemasaran (meliputi *product, price, place, promotion people, process, physical evidence*) yang di teliti dan digunakan sebagai dasar pemikiran penulisan dan memecahkan permasalahan.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi langkah-langkah penelitian yang sistematis dalam melakukan penelitian agar penulisan yang dilakukan penulis lebih terstruktur dan terarah.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian memuat data utama, hasil analisis dan data penunjang yang diperlukan untuk memperkuat hasil penelitian. Penyajian hasil penelitian diberikan dalam bentuk yang sistematis sesuai dengan dapat berupa teks, tabel, gambar, grafik atau foto yang diletakkan tidak jauh dari teks.

4.2. Pembahasan

Merupakan interpretasi data yang diperoleh dan dikemukakan pembahasannya. Argumentasi pembahasan dapat mendukung atau menolak teori maupun hasil penelitian terdahulu. Dalam pembahasan dikemukakan hasil penelitian dan diuraikan alasannya apabila ada perbedaan atau kesamaan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan harus merupakan pernyataan singkat yang merupakan jawaban atas permasalahan dan tujuan penelitian.

5.2. Saran

Saran disusun berdasarkan pertimbangan penulis yang diperuntukkan bagi pihak lain yang ingin memanfaatkan hasil penelitian. Saran dapat berupa

rekomendasi kebijakan tidak praktis, penelitian lanjutan, dan keterbatasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar dari seluruh kepustakaan yang digunakan dalam teks. Penulisan daftar pustaka mengikuti kaidah yang berlaku dalam tata naskah.

LAMPIRAN

Pelengkap informasi mengenai instrument penelitian, kuesioner, pedoman wawancara, dokumentasi dan lain-lain.