

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perguruan tinggi di Indonesia dalam dasawarsa terakhir tumbuh secara signifikan. Dalam website resmi DIKTI, jumlah perguruan tinggi di Indonesia mencapai 4.259 unit dengan rincian sebagai berikut: Akademik 1.097 unit, Politeknik 228 unit, Sekolah Tinggi 2.303 Unit, Institut 122, dan Universitas 509 Unit. Perguruan tinggi ini tersebar di seluruh Indonesia. Lebih dari 50 persennya adalah perguruan tinggi swasta. Jumlah perguruan tinggi menunjukkan betapa besarnya minat pendidikan tinggi di Indonesia

Pemerintah, Kemerinstekdikti dan seluruh pemangku kepentingan dunia pendidikan Indonesia harus berpacu menyesuaikan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Hal tersebut penting agar kualitas pendidikan tinggi tetap terjaga dan bisa mencetak lulusan yang sesuai dengan kebutuhan dunia usaha masa depan. Perguruan tinggi di tuntut menghasilkan inovasi. Inovasi sangat penting untuk meningkatkan daya saing suatu bangsa pada segala bidang. Program studi di perguruan tinggi juga harus berkembang sesuai dengan kebutuhan zaman.

Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDikti) X membawahi daerah Sumbar, Riau, Jambi dan Kepulauan Riau. Lembaga layanan pendidikan (LLDikti) X menaungi perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta yang berada di wilayah X. Jumlah perguruan tinggi di LLDikti X mencapai 247 unit

dengan rincian sebagai berikut: Universitas 27 unit, Akademi 86 Unit, Sekolah Tinggi 128 Unit, Institut 1 unit dan Politeknik 5 unit. (Website resmi Dikti)

Salah satu perguruan tinggi yang ada di LLDikti X adalah Universitas Bung Hatta. Universitas Bung Hatta adalah perguruan tinggi swasta di Sumatera Barat yang menyanggah nama besar Bapak Proklamator Indonesia, Mohammad Hatta. Universitas ini didirikan pada tahun 1981 oleh Yayasan Pendidikan Bung Hatta. Peringkat Universitas Bung Hatta pada tahun 2018 berada di peringkat 96 dari 4.259 perguruan tinggi yang ada di Indonesia. Pada tahun 2017, Universitas Bung Hatta mendapatkan predikat universitas terbaik di Sumatera. (Website Universitas Bung Hatta).

Berikut tabel 1.1 biaya masuk kuliah Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Tahun 2014 sampai tahun 2018.

Tabel 1.1
Biaya Masuk Kuliah Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Tahun 2014 Sampai Tahun 2018

Tahun	Biaya masuk	
	Manajemen dan Akuntansi	Ekonomi Pembangunan
2014	Rp. 6.000.000,-	5.500.000,-
2015	Rp. 7.000.000,-	5.500.000,-
2016	Rp. 7.000.000,-	5.500.000,-
2017	Rp. 7.000.000,-	5.500.000,-
2018	Rp. 6.750.000,-	5.250.000,-

Sumber: Website Universitas Bung Hatta

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa biaya masuk Jurusan Manajemen dan Akuntansi pada tahun 2014 sebesar Rp. 6.000.000. Pada tahun 2015 biaya masuk Jurusan Manajemen dan Akuntansi mengalami kenaikan menjadi Rp. 7.000.000. Dari tahun 2015 sampai tahun 2017 biaya masuk Jurusan

Manajemen dan Akuntansi sama setiap tahunnya. Pada tahun 2018 biaya masuk Jurusan Manajemen dan Akuntansi mengalami penurunan menjadi Rp 6.750.000 dan pada tahun ini biaya kuliah dapat cicil dengan 3 tahap. Sementara itu biaya masuk Jurusan Ekonomi Pembangunan dari tahun 2014 sampai 2017 sebesar Rp 5.500.000 dan mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi Rp 5.250.000 dengan sistem pembayaran cicilan 3 tahap. Kebijakan penurunan biaya kuliah dan sistem cicilan 3 tahap di ambil oleh pihak Universitas Bung Hatta untuk meningkatkan Jumlah mahasiswa yang masuk ke Universitas Bung Hatta.

Selanjutnya, pada tabel 1.2 dapat dilihat perkembangan jumlah mahasiswa masuk Universitas Bung Hatta pada tahun 2014 sampai tahun 2018, sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Mahasiswa Baru Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Tahun 2014 Sampai Tahun 2018

Tahun	Universitas		Manajemen		Akuntansi		Ekonomi Pembangunan	
	Jumlah (Orang)	Flaktuasi (%)	Jumlah (Orang)	Flaktuasi (%)	Jumlah (Orang)	Flaktuasi (%)	Jumlah (Orang)	Flaktuasi (%)
2014	2645	-	280	-	281	-	112	-
2015	1765	-33,27	179	-36,07	184	-34,51	64	-47,54
2016	1666	-5,61	170	-5,02	111	-39,67	56	-12,5
2017	1654	-0,72	166	-2,35	104	-6,31	55	-1,78
2018	2228	34,71	238	43,37	122	17,31	40	-27,27

Sumber: Universitas Bung Hatta

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah mahasiswa yang masuk Universitas Bung Hatta selalu mengalami penurunan dari tahun 2014 sampai 2017, begitu juga dengan Jurusan Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan. Pada tahun 2018 jumlah mahasiswa yang masuk Universitas Bung Hatta mengalami peningkatan sebesar 34,71% dari tahun 2017 dengan jumlah mahasiswa 2228 orang. Jurusan Manajemen mengalami kenaikan sebesar 43,37%

dan Jurusan Akuntansi mengalami kenaikan sebesar 17,31 % pada tahun 2018, tetapi Jurusan Ekonomi pembangunan tetap mengalami penurunan pada tahun 2018 yaitu sebesar 27,27%.

Proses pengambilan keputusan sebagai proses penting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Keputusan pemilihan adalah kegiatan penentuan pemilihan produk/jasa oleh konsumen yang umumnya terdiri dari lima tahapan: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008). Selanjutnya, dalam proses pengambilan keputusan pembelian haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan pemilihan merupakan hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis (Kotler dan Armstrong, 2008).

Citra sebuah perguruan tinggi biasanya menjadi pertimbangan bagi calon mahasiswa dalam menentukan lembaga pendidikan yang akan dipilihnya. Menurut Kotler dan Keller (2009), citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Dari hasil penelitian Risnawati dan Irwandi (2012) mengenai analisis faktor atas pengambilan keputusan mahasiswa untuk memilih Jurusan Akuntansi di STIE Perbanas Surabaya, menemukan bahwa citra perguruan tinggi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih Jurusan Akuntansi di STIE Perbanas Surabaya.

Lingkungan sosial seorang dapat mempengaruhi PTS yang akan di pilihnya. Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan

komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal (Lamb *et al*, 2011). Hal ini didukung oleh hasil penelitian Koesoemaningsih (2013), mengenai, pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih pendidikan pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi, menemukan bahwa sosial berpengaruh positif terhadap keputusan Mahasiswa memilih Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi. Berbeda halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Purwati (2013) mengenai pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk operator seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang, menemukan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk operator seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang.

Seorang yang akan memasuki dunia perkuliahan juga akan mempertimbangan biaya masuk dan uang kuliah. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga sering kali sebagai nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa yang mana pada tingkat harga tertentu bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Demikian pula pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang dan jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya

manfaat yang dirasakan. (Kotler dan Armstrong, 2008). Dari hasil penelitian Rusno (2010) tentang pengaruh karakteristik individu, lingkungan dan bauran pemasaran PTS terhadap keputusan mahasiswa dalam melanjutkan studi pada PTS di Kota Malang, menemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan memilih PTS di Kota Malang.

Perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk melakukan keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh kelompok referensi, citra dari suatu organisasi, dan pendapatan. Konsumen mau mengorbankan uang yang dimilikinya untuk membeli produk atau jasa tertentu bila produk tersebut mampu memenuhi harapannya. Dengan rangkaian uraian diatas maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Citra Universitas, Faktor Sosial dan Strategi Harga terhadap Keputusan Memilih Universitas Bung Hatta (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2018”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra universitas terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Bung Hatta?
2. Bagaimana pengaruh faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Bung Hatta?
3. Bagaimana pengaruh strategi harga terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Bung Hatta?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas dapat dijelaskan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh citra universitas terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Bung Hatta
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Bung Hatta
3. Untuk menganalisis pengaruh strategi harga terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Bung Hatta

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademis

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi, dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen pemasaran

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi universitas dalam mengambil keputusan dan memasarkan jasa agar menghasilkan keunggulan bersaing yang lebih inovatif guna meningkatkan kepercayaan mahasiswa untuk memilih Universitas Bung Hatta.