

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pesatnya perkembangan teknologi informasi merupakan salah satu ciri utama perkembangan global di abad 21. Hal ini merupakan satu realitas yang harus dihadapi dengan kualitas sumber daya manusia dengan daya saing unggul. Menghadapi berbagai perubahan di era globalisasi diperlukan sumber daya manusia yang memiliki kualitas keberdayaan yang lebih efektif agar mampu mengatasi berbagai tantangan yang timbul (Surya, 2007).

Dalam menghasilkan sumber daya yang berkualitas maka peluang besar terjadi pada akses pendidikan dan pengetahuan. Salah satu akses pendidikan dan pengetahuan adalah Perguruan Tinggi. Perguruan Tinggi (PT) termasuk semua jenis pendidikan setelah Sekolah Menengah (Swasta dan Negeri). Perguruan Tinggi bertanggungjawab untuk menjamin seorang mahasiswa-mahasiswi mencapai sukses di lapangan kerja dan menerapkan ilmu serta memiliki kemampuan sosial yang cukup untuk menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan sesuatu yang positif (Sobry, 2010).

Menurut Integrasi bangsa, Perguruan Tinggi selalu berperan penting dalam pembentukan bangsa; Perguruan Tinggi memberi inspirasi untuk Negara Kesatuan Republik Indonesia; Perguruan Tinggi sebagai kekuatan moral dan membentuk masyarakat madani yang demokratis (Satryo).

Perguruan Tinggi harus terus mengikuti perkembangan iptek dan tetap relevan dengan kebutuhan sosial ekonomi serta Perguruan Tinggi harus mampu dalam kreasi pengetahuan; kurangi ketergantungan asing; kapasitas SDA (Sumber Daya Alam) berkelanjutan; teknologi yang sesuai; substitusi impor dan nilai tambah; peningkatan keadaan sosial dan kesehatan; pengembangan peneliti. Selain itu, Perguruan Tinggi harus mampu meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam hal: *people skills*, *communication skills* dan *leadership*. (Satryo).

Memasuki era baru di abad 21, sistem pendidikan tinggi di Indonesia harus terwujud sedemikian rupa dengan karakteristik antara lain terkait dengan kebutuhan mahasiswa; terstruktur secara efektif sehingga memberi peluang kepada seluruh warga negara untuk mengembangkan potensi pribadi sepanjang hayat dan berkontribusi kepada masyarakat, bangsa dan negara; didukung dengan pendanaan yang memadai sehingga memungkinkan untuk berinovasi dan mencapai keunggulan; melakukan penelitian yang dapat menunjang pembangunan nasional; memiliki akses dalam pengembangan dan penerapan teknologi; berperan sebagai kekuatan moral dalam mewujudkan masyarakat demokratis yang madani. Dengan demikian, perguruan tinggi harus memiliki kredibilitas institusional secara utuh dan menyeluruh. Selain itu, era globalisasi ini setiap orang dituntut untuk mampu mengatasi berbagai masalah yang kompleks sebagai akibat pengaruh perubahan global (Surya, 2007).

Menurut Indrajit & Djokopranoto (2006), Pendidikan Tinggi di Indonesia mengalami perubahan panorama selama dekade terakhir.

Perubahan panorama yang dimaksud meliputi: perubahan paradigma, pengelolaan, persaingan, dan sebagainya. Perubahan paradigma, terutama dipicu oleh perkembangan teknologi informasi, sehingga *e-learning*, *e-university*, dan sejenisnya mulai banyak dibicarakan dan diusahakan. Perubahan pengelolaan menyangkut badan penyelenggara pendidikan tinggi, baik yang diselenggarakan pemerintah maupun swasta. Selain perubahan paradigma, persaingan pada Perguruan Tinggi semakin meningkat seperti persaingan yang dialami oleh perusahaan profit meliputi persaingan di bidang mutu, harga dan layanan

Di Indonesia, persaingan perguruan tinggi bukan hanya persaingan secara domestik. Masuknya perguruan tinggi luar negeri memeriahkan persaingan yang sudah ada di dalam negeri. Perguruan tinggi tidak hanya perlu dilihat sebagai pusat ilmu pengetahuan, pusat penelitian, pusat pengabdian masyarakat, tetapi juga suatu entitas korporat penghasil ilmu pengetahuan yang perlu bersaing untuk menjamin kelangsungan hidup.

Dalam menghadapi persaingan ini, perguruan tinggi perlu adanya strategi yang dapat mempertahankan perguruan tinggi agar tetap berkembang dalam persaingan (Akdon, 2007:15). Porter (1997:95) mengkaitkan strategi dengan upaya organisasi untuk mencapai keunggulan bersaing, bahkan dikatakan bahwa strategi adalah alat penting dalam rangka mencapai keunggulan bersaing. Hal tersebut sejalan dengan tujuan strategi yaitu untuk mempertahankan atau mencapai suatu posisi keunggulan dibandingkan dengan pihak pesaing (Karhi Nisjar, 1997:95). Dengan demikian, perguruan tinggi dapat meraih keunggulan dan bersaing apabila

mampu memanfaatkan berbagai peluang dari lingkungan yang mana memungkinkan organisasi tersebut menarik keuntungan dari berbagai bidang yang menjadi kekuatan.

Usaha awal untuk memanfaatkan peluang adalah mengamati peluang tersebut menjadi satu kesempatan untuk menciptakan keunggulan bersaing. Salah satu cara mengamati peluang adalah melakukan riset-riset untuk menangkap kebutuhan pasar. Hal ini didukung oleh Kotler (2007:154) yang menjelaskan bahwa pemasar melakukan riset untuk mengidentifikasi peluang pasar sehingga dapat meramalkan permintaan pasar. Permintaan pasar berasal dari kebutuhan yang timbul di dalam pasar tersebut yang sering disebut kebutuhan pasar. Dengan demikian, peluang dari lingkungan antara lain adalah kebutuhan pasar.

Kotler (2007:29) menjelaskan bahwa pemasar harus berupaya memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran. Kebutuhan merupakan tuntutan dasar manusia, yang mana menjadi keinginan bila diarahkan kepada sasaran-sasaran spesifik yang mungkin dapat memenuhi kebutuhan. Sedangkan permintaan adalah keinginan akan produk-produk spesifik yang didukung oleh kemampuan untuk membayar. Oleh karena itu perusahaan harus mengukur bukan saja berapa banyak orang menginginkan produk mereka melainkan juga berapa banyak yang akan benar-benar mau dan mampu membelinya.

Penelitian ini lebih menekankan pada kebutuhan pasar *Higher Education* terutama siswa-siswi SMA dan SMAN yang berminat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi khususnya Perguruan

Tinggi. Dalam hal ini, kebutuhan pasar *Higher Education* khususnya pemilihan Perguruan Tinggi perlu diidentifikasi sehingga dapat mengetahui apa saja peluang-peluang dari lingkungan. Hal ini didukung oleh Suryana (2010) yang mengatakan bahwa jika pemasar dapat mengetahui arah dan perilaku pasar, maka semakin memudahkan pemasar dalam menerapkan strategi-strategi pemasaran. Maka dari itu, perlu untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen atau pasar.

Hasil penelitian yang berupa kebutuhan pasar *higher education* dalam memilih Perguruan Tinggi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Perguruan Tinggi untuk menyusun strategi yang berbeda sehingga dapat bersaing dalam akses pendidikan dan pengetahuan. Dengan demikian, pemikiran ini dituangkan dalam penelitian yang berjudul “Analisis Dimensi Perilaku Pemilihan Produk dari Siswa-Siswi SMA Swasta dan Negeri terhadap Perguruan Tinggi di Kota Bandung”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, permasalahan yang ditimbulkan dalam penelitian ini adalah apa saja dimensi perilaku pemilihan perguruan tinggi bagi siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk melihat berbagai peluang yang perlu diamati oleh Perguruan Tinggi sebagai dasar penyusunan strategi bersaing. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis

dimensi perilaku pemilihan perguruan tinggi bagi siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Perolehan data sebagai informasi yang berguna bagi akademisi yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu perkembangan ilmu dan memperluas wawasan, secara khusus untuk pengembangan ilmu ekonomi manajemen pemasaran khususnya dalam pengelompokkan pasar. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Perguruan Tinggi sebagai alat pertimbangan dalam menentukan strategi yang efektif dalam memasarkan universitas berdasarkan pengukuran dimensi pemilihan produk dari konsumen, sehingga dapat meningkatkan hasil yang ideal.