

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kehidupan seseorang selalu dihadapi dengan pilihan. Pilihan yang tersedia pada masa kini sangat banyak. Hal itu membuat seseorang harus mampu menentukan pilihan yang tepat bagi dirinya agar kenyamanan dan kepuasan bisa didapatkan dengan maksimal. Setiap individu memiliki kebebasan dalam mengambil pilihan-pilihan yang tersedia di kehidupan ini. Dalam menjalankan kehidupan melakukan pilihan itu sangat penting dikarenakan jika tidak memilih seseorang tidak dapat menentukan tujuan hidupnya sendiri, Ashby (2012) .

Pada kenyataannya, tersedianya banyak pilihan bukan mempermudah seseorang untuk menentukan pilihannya, melainkan membuat seseorang semakin sulit dalam menentukan pilihan yang tepat untuk dirinya, Dewi (2013). Oleh karena itu setiap individu harus mampu memilah dan memilih terlebih dahulu mana pilihan yang banyak memberikan dampak positif dan dampak negatif bagi kehidupannya. Hal itu penting karena itu menyangkut tentang resiko yang akan diambil dan tentang menunjukkan identitas individunya, Dingfelder (2012). Namun, jika seseorang tidak mampu menentukan pilihan dalam hidupnya akan berdampak buruk bagi kehidupannya, Dewi (2013).

Dalam menentukan suatu pilihan selalu ada faktor-faktor yang memengaruhinya. Faktor-faktor tersebut berasal dari lingkungan sosial makro dan lingkungan sosial mikro. Makro merujuk kepada interaksi sosial tidak langsung

dan interaksi model diantara kelompok-kelompok orang yang sangat besar (kultur, subkultur, dan kelas sosial) yang memiliki pengaruh luas dan kuat terhadap nilai, kepercayaan, sikap, emosi dan perilaku konsumen individu pada kelompok-kelompok tersebut. Mikro meliputi interaksi sosial tatap muka di antara kelompok-kelompok yang lebih kecil seperti keluarga dan kelompok acuan, Peter (2000). Dengan kata lain setiap individu dalam melakukan suatu pilihan pasti memiliki alasan yang merangsang individu tersebut untuk mengambil pilihan tersebut. Alasan-alasan tersebut bisa berupa informasi dari orang lain atau media apapun yang bisa didapatkan. Daya tarik yang dimiliki suatu pilihan yang dinilai menarik oleh individu yang akan memilih pilihan tersebut, dan hal yang menonjol dari suatu pilihan yang bisa dilihat oleh seseorang, Syahid (2013). Salah satu aspek yang memiliki banyak alternatif pilihan dan membutuhkan keputusan memilih yang tepat dalam kehidupan adalah pendidikan. Karena pendidikan merupakan salah satu hal yang penting dalam kehidupan manusia guna mengembangkan dirinya sendiri untuk selalu siap menghadapi perkembangan zaman, Muis (2012). Pendidikan juga menjadi topik yang selalu diperbincangkan dikalangan masyarakat. Tanpa pendidikan biasanya seseorang akan dinilai memiliki derajat yang lebih rendah daripada seseorang yang tidak menempuh pendidikan, Anggita (2013). Selain itu, pendidikan dipercaya dapat mempengaruhi kesuksesan seseorang di masa depan, dimana ada saatnya tidak hanya orang yang pandai atau memiliki status keluarga yang membuat seseorang itu terpandang, tapi juga akan diperlukan seseorang yang memiliki keterampilan analisis berfikir yang baik. Hal itu yang menyebabkan kini proses pembelajaran tidak hanya terpaku pada hafalan,

hitungan, baca, dan tulis saja. Keterampilan berfikir yang baik, mampu memecahkan masalah, adalah hal-hal yang perlu dibangun untuk menghadapi perkembangan zaman di masa depan, hal-hal tersebut harus dibangun dari masa-masa pendidikan seseorang di tempat seseorang melanjutkan pendidikannya, Griffin (2011).

Melihat pentingnya pendidikan dalam kehidupan masyarakat membuat banyak orang menjadi tertarik melakukan usaha bisnis dalam dunia pendidikan, dan itu menjadi semakin tren, dapat dilihat data tahun 2012 yayasan yang tercatat di direktorat perdata dirjen AHU Kemenkumham RI ada 39.750 yayasan.

Perguruan tinggi swasta kini semakin menjamur untuk membantu meningkatkan pendidikan di Indonesia yang kekurangan tenaga sarjana dikarenakan perguruan tinggi negeri milik pemerintah yang ada tidak mampu menampung seluruh lulusan SMA di Indonesia tiap tahunnya dikarenakan jumlahnya yang kurang memadai, sedangkan animo lulusan SMA yang ingin melanjutkan perguruan tinggi terus bertambah. Kelangkaan tenaga sarjana membuat animo untuk menjadi mahasiswa terus meningkat sehingga daya tampung perguruan tinggi negeri tidak dapat menampung jumlah calon mahasiswa yang terus meningkat itu. Kesenjangan ini pun diisi oleh perguruan tinggi swasta yang jumlahnya terus bertambah, Naga (2009).

Namun tidak semua perguruan tinggi swasta mampu bertahan terus untuk jangka waktu yang panjang, dikarenakan jika pelaku bisnis tersebut tidak mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas perguruan tingginya tersebut maka perguruan tinggi tersebut tidak akan mendapatkan mahasiswa dan itu berpengaruh

pada kelangsungan hidup perguruan tinggi swasta tersebut, sebagai badan yang didirikan swasta, perguruan tinggi swasta dalam menjalankan operasionalnya sangat bergantung pada jumlah mahasiswanya, Widhiandono & Septin (2001). Semakin sedikit mahasiswa yang mendaftar ke perguruan tinggi swasta, perguruan tinggi swasta tersebut akan sangat sulit mempertahankan eksistensi perguruan tingginya, karena sedikitnya keuangan yang masuk, yang membuat perguruan tinggi tersebut tidak dapat mengembangkan kualitas pendidikannya. Sedikitnya jumlah mahasiswa yang berhasil direkrut, berarti semakin sedikit pula sumber daya keuangan perguruan tinggi swasta karena mahasiswa adalah sumber utama pendanaan perguruan tinggi swasta, Marwata (2014).

Sesuai dengan yang diungkapkan sebelumnya terdapat banyak yayasan swasta yang bergerak didalam bidang pendidikan di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Medan, Yogyakarta, dan Surabaya. Di Bandung khususnya terdapat banyak perguruan tinggi swasta yang mampu bertahan dalam persaingan, karena tingginya minat lulusan SMA untuk mendaftar ke perguruan tinggi di Bandung termasuk ke perguruan tinggi swastanya. Berikut beberapa perguruan tinggi yang ada di kota Bandung :

No.	Perguruan Tinggi
1	Universitas Katolik Parahyangan
2	Universitas Kristen Maranatha
3	Universitas Widyatama
4	Telkom University

5	Universitas Islam Bandung
6	Universitas Pasundan
7	Universitas Ilmu Komputer (UNIKOM)
8	Universitas Jendral Achmad Yani
9	Universitas Langlangbuana
10	Universitas Sangga Buana (YPKP)
11	Politeknik LP3I
12	Universitas Islam Nusantara

Sejauh ini, fakultas yang paling banyak diminati oleh lulusan SMA adalah fakultas ekonomi yang dimana didalamnya terdapat jurusan manajemen. Dari daftar perguruan tinggi swasta Bandung diatas, semuanya memiliki jurusan manajemen. Oleh karena itu, pelaku bisnis dalam bidang pendidikan harus memikirkan apa-apa saja yang membuat *brand* miliknya dipilih, seperti aspek-aspek pengaruh terhadap individu lulusan SMA, seperti *academic entitlement* atau hak akademik adalah hak-hak yang bisa didapatkan oleh siswa yang diberikan oleh lembaga pendidikan atas usaha dari siswa tersebut, Jackson (2010) , *reference group* atau kelompok acuan adalah orang-orang yang ada disekeliling calon siswa yang memberikan masukan-masukan tentang brand berdasarkan pengetahuan maupun pengalaman, Pimpa & Suwannapirom (2007), *personal attitude* atau sikap pribadi individu yang menyebabkan suatu rangsangan melakukan pilihan tertentu, Utami (2008), dan juga aspek-aspek lain yang berpengaruh terhadap citra merek itu sendiri, citra merek penting dikarenakan

karena pada umumnya konsumen akan lebih memilih merek-merek yang memiliki citra baik yang membuat merek tersebut berbeda dari merek-merek lainnya. Citra merek adalah persepsi yang dimiliki konsumen tentang suatu merek yang dibangun oleh pemilik merek tersebut, konsumen mau membayar tinggi untuk suatu merek, jika dirasa merek tersebut memiliki citra baik dan berbeda karena citra merek tersebut menonjolkan asosiasi tertentu, Keller (1998).

Universitas Kristen Maranatha, sebagai salah satu perguruan tinggi swasta di Bandung yang memiliki jurusan manajemen tentu harus terus mengembangkan hal-hal yang bisa memikat para lulusan SMA untuk menjadikannya pilihan tempat melanjutkan pendidikan para lulusan SMA tersebut. Selain mengembangkan, Universitas Kristen Maranatha khususnya Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen harus mengetahui hal yang paling kuat yang dapat mempengaruhi para calon mahasiswa untuk lebih memilih jurusan manajemen yang terdapat pada Universitas Kristen Maranatha dibanding universitas lainnya. Hal-hal tersebut bisa di dalam aspek hak akademik, kelompok acuan, pengaruh dari individu calon mahasiswa tersebut, maupun aspek lainnya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna menyusun skripsi dengan judul : “ **Pengaruh *Academic Entitlement, Reference Group, dan Personal Attitude* terhadap *Education Brand Choice* Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.**

## 1.2 Identifikasi Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh *Academic Entitlement* pada *Education Brand Choice*?
- b. Apakah terdapat pengaruh *Reference Group* pada *Education Brand Choice*?
- c. Apakah terdapat pengaruh *Personal Attitude* pada *Education Brand Choice*?
- d. Apakah terdapat pengaruh *Academic Entitlement*, *Reference Group*, dan *Personal Attitude* pada *Education Brand Choice*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Academic Entitlement* pada *Education Brand Choice*.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Reference Group* pada *Education Brand Choice*.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Personal Attitude* pada *Education Brand Choice*.
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Academic Entitlement*, *Reference Group*, dan *Personal Attitude* pada *Education Brand Choice*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi :

- a. **Lembaga Pendidikan**, memberikan kontribusi terhadap bidang ilmu manajemen dalam mendalami pengaruh dari *Academic Entitlement*, *Reference Group*, dan *Personal Attitude* di dalam *Education Brand*

*Choice*. Dan diharapkan dapat menjadi masukan bagi lembaga pendidikan untuk lebih memperhatikan *Academic Entitlement*, *Reference Group*, dan *Personal Attitude* serta *Education Brand Choice* dalam meningkatkan mutu pendidikan, agar lembaga pendidikannya akan selalu menjadi pilihan utama bagi para calon siswa dalam menentukan pilihan untuk melanjutkan pendidikannya.

- b. **Akademisi**, untuk menambah pengetahuan dan sebagai sarana dalam mempraktekan ilmu pengetahuan serta sebagai tambahan referensi terhadap akademisi khususnya tentang *Education Brand Choice*, sehingga pada penerapannya akan dapat memajukan kualitas mutu dunia pendidikan.