

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia pendidikan menjadi salah satu faktor yang penting dan utama yang dapat menunjang kesuksesan seseorang di dalam masyarakat, terutama bagi seseorang yang berkeinginan untuk memiliki sebuah karier yang baik dan juga dapat unggul dalam ketatnya persaingan dunia kerja. Seiring dengan berkembangnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan pendidikan tersebut, maka baik pemerintah maupun swasta banyak mendirikan perguruan tinggi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan bagi masyarakat yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Perguruan tinggi merupakan suatu tingkat pendidikan yang dijalankan seseorang setelah lulus dari pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan pendidikan lanjutan ini adalah pendidikan yang dapat mendekati dunia kerja.

Semakin banyaknya perguruan tinggi yang tersebar di seluruh Indonesia, terkadang dapat membingungkan para mahasiswa baru untuk memilih perguruan tinggi yang sesuai dengan minat dan bakat yang dimilikinya. Setiap perguruan tinggi harus menyadari bahwa saat ini para mahasiswa baru memiliki pilihannya sendiri untuk memilih perguruan tinggi dalam berbagai macam program studi tertentu, serta mutu dan pelayanan baik yang menjadi harapan para mahasiswa baru. Universitas Kristen Maranatha (UKM) merupakan sebuah lembaga pendidikan yang bergerak di bidang akademik di Kota Bandung. Salah satu fakultas yang terdapat di Universitas Kristen Maranatha adalah Fakultas Ekonomi yang terdiri dari Program Studi S-1 Akuntansi dan Manajemen. Untuk

memperoleh kelulusan dan gelar sarjana Strata-1 (S-1), seluruh mahasiswa di Program Studi S-1 Manajemen Universitas Kristen Maranatha harus mengikuti proses kegiatan belajar mengajar selama delapan semester dengan jumlah sistem kredit semester (SKS) minimum yang harus ditempuh adalah 144 SKS.

Ada beberapa faktor yang dihadapi mahasiswa baru dalam memilih Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Kristen Maranatha, faktor-faktor tersebut adalah faktor *product* (kurikulum dan citra), *price* (biaya pendidikan), *place* (lokasi kampus), *promotion* (beasiswa dan jenjang karir), *people* (staf dan dosen), *process* (keberhasilan alumni), dan *physical evidence* (kondisi lingkungan kampus). Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka setiap faktor yang ada perlu dilakukan analisis agar ke depannya Universitas Kristen Maranatha dapat mengetahui target pasar yang harus dituju untuk memperoleh mahasiswa baru yang sesuai dengan jasa dan fasilitas yang ditawarkan oleh Universitas Kristen Maranatha.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka masalah yang ada dapat dirumuskan adalah apakah strategi bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap pemilihan Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah strategi bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap pemilihan Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian tentang pengujian analisis faktor-faktor apa sajakah yang dapat memengaruhi keputusan para mahasiswa baru untuk memilih Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Kristen Maranatha, diharapkan memiliki kegunaan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Bagi Teoritis/Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan para mahasiswa baru memilih Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Kristen Maranatha. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dalam penelitian sejenis selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Bagi Praktisi Bisnis

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Universitas Kristen Maranatha sebagai strategi promosi untuk pertumbuhan Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Kristen Maranatha.