

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan hal yang terpenting untuk masa depan. Sebab masyarakat sadar betul bila hanya lulusan SMA/SMK peluang kerja sangat kecil bersaing dengan lulusan sarjana dan menurut data yang dilansir dari BPS (badan pusat statistik) ditahun 2018 bulan agustus tingkat pengangguran SMA sebanyak 7,95 % sedangkan untuk pengangguran SMK sebanyak 11,24 % sedangkan pengangguran Sarjana 5,89 % dilihat dari data tersebut lulusan SMA / SMK lebih banyak yang mengangur daripada lulusan sarjana sehingga lebih penting untuk yang lulusan SMA/SMK untuk melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi yaitu Sarjana atau Pascasarjana .

Brand Image merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut. Image terhadap merk berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek.

Menurut Setiabudi (dalam Margiyanto 2013) konsumen yang memiliki image positif terhadap suatu merk akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Merek merupakan identitas suatu produk barang atau jasa. Sebuah merek yang terkenal dan terpercaya merupakan asset yang tidak ternilai bagi perusahaan. merek merupakan tonggak awal dari sebuah perkenalan antara

konsumen dan produsen salah satu pertimbangannya untuk siswa yang baru lulus dalam hal memilih perguruan tinggi diantaranya mulai dari Brand Image tersebut apakah Brand Image perguruan tinggi tersebut sudah berkualitas atau terakreditasi dikarenakan kualitas dan akreditasi sangat penting untuk perusahaan merekrut pegawainya melihat dari perguruan tinggi asal dan akreditasi .

Dari sudut pandangan pemasaran harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk bunga dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono:2008). Menurut Tjiptono (2008) biaya adalah suatu ukuran barang dan jasa untuk ditukarkan dan dapat memperoleh hak guna suatu barang atau jasa.

Biaya pendidikan merupakan biaya yang harus di keluarkan selama kegiatan mengajar di sekolah atau perguruan tinggi yang meliputi biaya pendidikan, biaya pengembangan dan biaya setiap semesternya serta adanya dukung dari pihak lembaga atau instansi pendidikan dengan mengeluarkan beasiswa tersebut untuk meringankan siswa atau mahasiswa yang membutuhkan beasiswa yang berprestasi.

Siswa yang melanjutkan studinya tidak hanya melihat dari aspek Citra lembaga atau instansi pendidikannya saja tetapi juga melihat dari aspek biaya pendidikan yang di tawarkan oleh lembaga atau instansi pendidikan tersebut apakah biaya pendidikan di lembaga atau instansi pendidikan bisa di jangkau

dan apakah ada beasiswa yang ditawarkan untuk memperingan siswa yang ingin melanjutkan studi sarjananya.

Apabila biaya pendidikan sudah ditetapkan oleh lembaga atau instansi pendidikan secara tidak langsung hak mahasiswa untuk memperoleh fasilitas pendidikan juga harus terpenuhi. Lokasi juga tidak kalah penting untuk calon mahasiswa mempertimbangkan memilih lembaga atau instansi pendidikan, apabila lokasi lembaga atau instansi pendidikan strategis dan mudah dijangkau secara otomatis calon mahasiswa akan menjadi pertimbangan untuk melanjutkan studi Sarjana di Perguruan Tinggi tersebut. Lokasi merupakan salah satu penentuan kesuksesan produk barang atau jasa sebab lokasi erat dengan pasar potensial menurut Tjiptono (2014:43).

Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha, lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu, jika nilai lokasi memburuk, maka lokasi usaha harus dipindahkan atau ditutup sehingga apabila lokasi yang strategis akan memicu calon mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi tersebut.

Kampus Institut Bisnis dan Multimedia asmi memiliki lokasi yang sangat strategis terletak di Jalan Pacuan kuda dan di Jalan Printis Kemerdekaan lokasi yang strategis ini membuat calon mahasiswa yang akan kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi mudah dan terjangkau dari segi transportasi

Sebelum memutuskan memilih perguruan tinggi mahasiswa baru akan melihat dan mencari informasi tentang perguruan tinggi dilihat dari Brand Image biaya pendidikan dan lokasi.

Salah satunya dilihat dari akreditasi kampusnya, program studinya dan lokasi apabila brand image kampus bagus otomatis biaya pendidikannya juga mudah dijangkau.

Setelah calon mahasiswa menentukan dari *brand image* dan biaya pendidikan mahasiswa akan melihat lokasi lembaga pendidikannya tersebut apakah strategis dan mudah di tempuh serta mahasiswa juga melihat dari faktor peluang kerja setelah lulus dari jurusan tersebut.

Menurut Putri, (2011) keputusan siswa untuk memilih perguruan tinggi apabila Citra merek instansi pendidikan tersebut sudah baik dengan didukung biaya pendidikan yang di tawarkan cukup rendah serta fasilitas pendidikannya sudah terpenuhi, maka masyarakat atau konsumen tersebut yakin untuk memilih melanjutkan studi pendidikannya di instansi pendidikan tersebut.

Di mana sebelum konsumen memutuskan membeli atau memilih jasa terlebih dahulu konsumen akan melewati tahapan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau tidak, dan perilaku pasca pembelian Kotler (2009:235).

Menurut Putri (2011:7) dalam pembuatan keputusan konsumen di pengaruhi dari sumber informasi yang bersifat personal untuk merekomendasikan jasa tersebut kepada rekan-rekannya. Salah satu aspek pertimbangan siswa untuk melanjutkan studi sarjananya ialah brand image atau instansi pendidikan tersebut.

Apabila Citra merek suatu lembaga atau instansi pendidikan sudah baik atau sudah bagus di masyarakat dan memiliki akreditasi yang bagus, lembaga

atau instansi tersebut akan lebih mudah membuat masyarakat percaya dengan lembaga atau instansi tersebut Putri (2011).

Di sisi lain peluang kerja juga menjadi pertimbangan calon mahasiswa akan memilih perguruan dan jurusan yang akan di tempuh. Jurusan yang akan dipilih akan menentukan setidaknya setelah lulus dari perguruan tinggi tersebut dan jurusan tersebut sudah memiliki pandangan untuk bekerja.

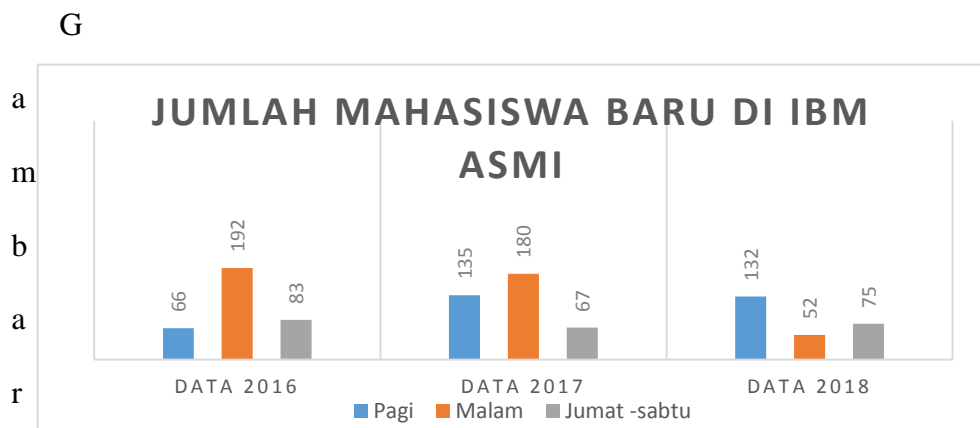
Sebelum memutuskan untuk memilih perguruan tinggi di pikirkan dahulu dari aspek Citra merek, biaya pendidikan dan lokasi perguruan tinggi yang akan di tujuh (Putri, 2011). Siswa sebelum memilih jurusan akan memikirkan beberapa aspek yaitu salah satunya adalah aspek peluang kerja setelah lulus dari jurusan tersebut (Feri, 2017). Lokasi yang strategis juga akan menentukan kesuksesan suatu usaha produk atau jasa (Ali, 2017). Jadi sebelum siswa melanjutkan studi sarjana harus memikirkan beberapa aspek tersebut sehingga tidak ada penyesalan saat sudah masuk ke perguruan tinggi yang sudah dipilih.

Institut Bisnis dan Multimedia asmi merupakan perguruan tinggi swasta yang didirikan sejak tahun 1962 didirikan untuk memenuhi kebutuhan pelajar yang ingin melanjutkan pendidikan lebih tinggi di daerah Jakarta .

Saat ini pada tahun 2018 jumlah mahasiswa aktif berjumlah lebih dari 2000 mahasiswa menurut sumber data dari BAA (Biro Administrasi Akademik) di Institut Bisnis dan Multimedia asmi dari jumlah mahasiswa yang lebih dari 2000 mahasiswa pada tahun 2018 dan telah terakreditasi B itu menandakan bahwa masyarakat percaya bila Institut Bisnis dan Multimedia asmi memiliki kualitas dan Citra merek yang cukup bagus dan lokasinya yang strategis menjadi salah satu keunggulannya.

Untuk menarik minat calon mahasiswa baru terdapat tawaran beasiswa bagi calon mahasiswa baru hingga sampai lulus untuk calon mahasiswa yang membutuhkan dan mahasiswa yang berprestasi yaitu terdiri dari Beasiswa pemerintah beasiswa berprestasi, beasiswa lembaga, dan bidikmisi.

Dengan adanya beasiswa – beasiswa tersebut diharapkan akan menarik calon mahasiswa baru untuk melanjutkan studinya di Institut Bisnis dan Multimedia asmi. Terdapat program studi yang memiliki fasilitas beasiswa yang bebas biaya kuliah 100% meliputi biaya pendidikan .



1.1

Sumber : PPMB (penerimaan pendaftaran mahasiswa baru) IBM asmi

Dari data Penerimaan Mahasiswa baru dari tahun 2016 sampai dengan 2018 bahwa pada tahun 2016 jumlah keseluruhan mahasiswa baru berjumlah 341 dan di dominasi kelas reguler malam yang berjumlah 192 .

Di tahun 2017 jumlah mahasiswa baru mengalami kenaikan dari 341 menjadi 382 mahasiswa baru dan tetap didominasi kelas reguler malam 180 mahasiswa baru sedangkan ditahun 2018 jumlah mahasiswa baru mengalami penurunan dari 382 menjadi 259 mahasiswa baru di tahun 2018.

Adanya indikasi penurunan mahasiswa baru yang kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi membuat masalah tersendiri dari tidak seimbangnya biaya yang dikeluarkan dengan hasil yang didapatkan maka

Brand Image biasa disebut dengan citra merk atau Istilah citra ini digunakan dalam berbagai konteks seperti citra terhadap orang, lembaga, perusahaan, merek, dan sebagainya Kotler (2009). Di dalam ajaran Islam, kita diperintah agar selalu berperilaku jujur, menepati janji, sebab janji-janji tersebut nantinya akan diminta pertanggung jawabannya oleh Allah Swt. Dengan perilaku jujur dan menepati janji akan meningkatkan citra Institusi.

Biaya merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam biaya yang artinya segala bentuk konsep biaya yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama biaya tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli menurut Wibowo dan Supriadi (2013).

Penentuan lokasi harus diperhatikan juga oleh pihak Institusi karena tidak akan lepas dari tanggung jawab, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya, dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungannya, serta tidak merusaknya.

Hal ini merupakan salah satu ajaran islam yaitu melarang kerusakan dilingkungan. Islam mengajarkan dalam menentukan *brand image* itu penting sejauh tidak membohongi dan tidak manipulasi, kemudian biaya pendidikan islam mengajarkan kita tidak boleh memaksakan diri dalam arti sesuai dengan kemampuan biaya yang akan dikeluarkan untuk kuliah di IBM asmi dan lokasi harus dilihat dari konsep Islamnya apakah memilih kuliah terdapat kemasalahatan didalamnya yang dimaksud dengan masalah dalam ekonomi islam yaitu kesejahteraan umum yang dapat diartikan segala sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat untuk kepentingan bersama dan menolak kemudharatan. Didalam Al Quran dijelaskan ayat tentang sikap kemasalahatan yang berbunyi :

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ
 أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا فَلَا
 تَتَّبِعُوا الْهَوَىَٰ أَن تَعْدِلُوا وَإِن تَلَوْا أَوْ تُعْرَضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ
 خَبِيرًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala apa yang kamu kerjakan”. QS An-Nisa (4):(135)

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah supaya kita benar – benar dalam melakukan sesuatu sesuai dengan kemampuan tidak mengikuti hawa nafsu karena menyimpang dari kebenaran, dapat dipahami bahwa dalam memilih kuliah dalam Islam itu harus mempertimbangkan ada tidaknya manfaat yang diperoleh kemudian hari dan dari segi biaya tidak memaksakan kehendak sesuai akan *budget* yang akan dikeluarkan , dari lokasi apakah mempermudah akses untuk mencari ilmu . Yang mana jika diterapkan sesuai QS An-Nisaa ayat 135 kesejahteraan individu dalam masyarakat dapat meningkat. Dikarenakan sistem ekonomi ini sangat mementingkan kemaslahatan (kesejahteraan).

Berdasarkan uraian diatas dan melihat pentingnya jumlah mahasiswa untuk berkelanjutan kampus Institut Bisnis dan Multimedia asmi dengan harapan penelitian ini membuat meningkatnya jumlah mahasiswa maka peneliti tertarik mengambil Judul

“ PENGARUH BRAND IMAGE , BIAYA PENDIDIKAN , DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA BARU MEMILIH KULIAH DI IBM ASMI SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM “

1.2. Rumusan Masalah

Dalam rangka terwujudnya Existensi kampus Institut Bisnis dan Multimedia asmi perlu ada peningkatan jumlah mahasiswa baru agar Citra merk Institut bisnis dan multimedia asmi tidak hilang . Berdasarkan uraian pada latar belakang terlihat adanya penurunan jumlah mahasiswa baru hal ini sesuai dengan data 3 tahun terakhir sehubungan dengan hal tersebut maka pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pengaruh Brand Image terhadap keputusan mahasiswa baru memilih kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi ?
2. Bagaimanakah pengaruh Biaya Pendidikan terhadap keputusan mahasiswa baru memilih kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi ?
3. Bagaimanakah pengaruh Lokasi terhadap keputusan mahasiswa baru memilih kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi ?
4. Bagaimanakah pengaruh dari Brand Image ,Biaya Kuliah dan Lokasi secara simultan terhadap keputusan mahasiswa baru memilih kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi ?
5. Bagaimana tinjauan Islam mengenai Pengaruh Brand Image, Biaya Pendidikan , Lokasi terhadap keputusan mahasiswa baru memilih kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi ?

1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.2.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap keputusan mahasiswa baru memilih kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi .
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya kuliah terhadap keputusan mahasiswa baru memilih kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi .
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa baru memilih kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi .
4. Untuk mengetahui pengaruh brand image , biaya pendidikan dan lokasi secara simultan terhadap keputusan mahasiswa baru memilih kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi
5. Untuk mengetahui tinjauan islam mengenai pengaruh brand image , biaya pendidikan dan lokasi terhadap keputusan mahasiswa baru kuliah di Institut Bisnis Multimedia asmi ?

1.2.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai jendela wawasan untuk mengetahui lebih dalam suatu ilmu pemasaran, terutama dibidang Ekonomi Manajemen dan dapat mengimplementasikan ilmunya di dalam penelitian ataupun dikemudian hari.

2. Bagi Institut Bisnis dan Multimedia asmi

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan apa yang selama ini kurang di penerapan strategi pemasaran di Institut Bisnis dan Multimedia asmi agar peminat untuk bergabung untuk mencari ilmu di Institut Bisnis dan Multimedia asmi semakin berkembang dan lebih banyak peminatnya serta apabila daya peminat Kuliah di Institut Bisnis dan Multimedia asmi sudah cukup bagus dan cukup banyak dampak yang di rasakan oleh Institut Bisnis dan Multimedia asmi adalah masyarakat akan semakin yakin dan percaya dengan kualitas yang ada di Institut Bisnis dan Multimedia asmi sehingga dapat menaikkan Citra lembaga tersebut.

3. Bagi Pembaca

Dapat di gunakan sebagai pertimbangan apabila calon mahasiswa ingin melanjutkan studi sarjananya di Institut Bisnis dan Multimedia asmi dan memilih jurusan program studi yang ada di Institut Bisnis dan Multimedia asmi sehingga tidak ada penyesalan di kemudian hari.