

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan pendidikan adalah upaya mewujudkan amanat pembukaan UUD 1945, yaitu memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa, serta ikut melaksanakan ketertiban dunia. Sesuai dengan UUD 1945 pasal 27, pendidikan merupakan hak setiap warga negara Indonesia di mana pelaksanaannya diselenggarakan melalui Sistem Pendidikan Nasional yang diatur oleh UU Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, yang menyatakan bahwa pendidikan nasional berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan serta meningkatkan mutu kehidupan dan martabat manusia Indonesia dalam upaya mewujudkan tujuan nasional.

Pendidikan dipahami sebagai wahana untuk menyalurkan ilmu pengetahuan, alat pembentukan watak, alat pelatihan keterampilan, alat mengasah otak, serta media untuk meningkatkan keterampilan kerja. Selain itu, pendidikan lebih diyakini sebagai suatu media untuk menanamkan nilai-nilai moral dan ajaran keagamaan, alat pembentukan kesadaran bangsa, alat meningkatkan taraf ekonomi, alat mengurangi kemiskinan, alat mengangkat status sosial, dan alat menguasai teknologi. Dengan kata lain pendidikan ditujukan untuk untuk memanusiakan manusia, serta media untuk pembebasan manusia.

Dalam melaksanakan UUD 1945 Pasal 27, perguruan tinggi sebagai penyelenggara pendidikan tinggi menampung siswa lulusan SMU dan sederajat dengan memberikan beberapa jalur masuk yang dapat dilalui seperti PBUD, PMKA, SPMB dan non SPMB.

Upaya untuk menampung calon mahasiswa Strata 1 non SPMB, maka dibuka jalur Program Mandiri. Program Mandiri merupakan program pendidikan tinggi tingkat Strata 1 yang dibuka secara khusus untuk menampung keinginan siswa lulusan SMU dan sederajat yang secara akademis memenuhi syarat untuk menjadi mahasiswa S1 di Universitas Lampung, namun tidak lulus dalam ujian penjurangan PBUD, PMKA, dan SPMB.

Seiring adanya penetapan otonomi daerah, dana pendidikan dari pemerintah pusat mulai berkurang. Universitas Lampung diberi kewenangan penuh mencari dana tambahan untuk biaya operasional pendidikan, sehingga keberadaan jalur Program Mandiri mendapat lampu hijau dari DIKTI. Mahasiswa yang masuk lewat jalur Program Mandiri bersifat swadana tanpa membebani pemerintah selayaknya Perguruan Tinggi Swasta, sehingga konsekuensi mahasiswa yang masuk jalur Program Mandiri di lingkungan Universitas Lampung harus membayar biaya pendidikan yang lebih mahal, termasuk mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Lampung yang masuk dari jalur Program Mandiri.

Program Mandiri pertama kali dibuka pada tahun ajaran 2008/2009 dan mendapat apresiasi yang cukup baik khususnya dari siswa SMU dan sederajat yang tidak lulus dalam seleksi PBUD, PMKA, dan SPMB. Meskipun banyak perguruan tinggi swasta yang menawarkan jenjang pendidikan S1, namun cukup banyak siswa SMU dan sederajat yang berminat terhadap program mandiri yang ditawarkan oleh Universitas

Lampung. Hal ini dikarenakan Universitas Lampung merupakan satu-satunya perguruan tinggi negeri di Bandar Lampung, kualitas dosen yang baik dan keberhasilan para alumni. Tingginya minat siswa SMU dan sederajat terhadap Program Mandiri Fakultas Ekonomi Universitas Lampung dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Yang Masuk Melalui Program Mandiri Tahun Ajaran 2008/2009 hingga 2010/2011 berdasarkan data pilihan pertama setiap jurusan

Tahun Ajaran	Jurusan	Peminat (Orang)	Diterima (Orang)
2008/2009	Manajemen	130	75
	Akuntansi	150	63
	Ekonomi Pembangunan	25	48
2009/2010	Manajemen	138	45
	Akuntansi	173	30
	Ekonomi Pembangunan	30	43
2010/2011	Manajemen	169	41
	Akuntansi	135	28
	Ekonomi Pembangunan	60	31
Jumlah		1010	415

Sumber: Biro Akademik Per Jurusan (2010)

Jumlah peminat diatas didapat hanya berdasarkan pilihan pertama, sedangkan jumlah mahasiswa yang diterima berdasarkan data pilihan pertama dan kedua untuk setiap jurusan. Hal ini mengakibatkan jurusan Ekonomi Pembangunan pada tahun ajaran 2008/2009 dan 2009/2010, jumlah peminat lebih kecil daripada jumlah mahasiswa yang diterima.

Terdapatnya program studi yang berkualitas meski disertai dengan biaya yang lebih tinggi tetapi memberikan nilai yang tinggi, lokasinya yang strategis, memiliki reputasi baik karena kualitasnya, tentunya semua itu akan menarik perhatian calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Lampung

Pelaksanaan waktu perkuliahan bagi mahasiswa yang masuk melalui jalur PBUD, PMKA, dan SPMB (program reguler) di Fakultas Ekonomi Universitas Lampung

tidak ada perbedaan dengan mahasiswa yang masuk melalui jalur Program Mandiri. Hal ini karena penggabungan waktu perkuliahan bagi mahasiswa S1 Program Reguler dan Program Mandiri, kecuali pada ujian test masuk dan biaya yang harus dikeluarkan oleh calon mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Lampung.

Oleh karena itu, seperti halnya produk atau jasa lainnya, ketika konsumen akan masuk pada perguruan tinggi mereka akan dipengaruhi oleh banyak faktor. Menetapkan untuk masuk pada perguruan tinggi merupakan bagian dari *decision making process*. Dampak penetapan pilihan memasuki perguruan tinggi akan membawa pengaruh baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, baik berupa keuntungan yang diperoleh maupun resiko yang mesti ditanggung. Terlebih lagi penetapan masuk pada perguruan tinggi merupakan keputusan yang berdampak pada masa depan mahasiswa.

Pada pendekatan pemasaran akan dikaji aspek perilaku konsumen dalam mengambil keputusan terhadap pembelian (produk/jasa) yang merupakan suatu kajian dalam mempelajari perilaku konsumen. Dalam penelitian ini konsumen yang dimaksudkan adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Lampung yang diterima melalui jalur Ujian Mandiri angkatan 2008/2009 hingga 2010/2011. Sedangkan pemasar adalah pihak pengelola Perguruan Tinggi khususnya Fakultas Ekonomi Universitas Lampung.

Menurut Assael dalam Sudarmiatin (2009:3), bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah: faktor individual mahasiswa (pribadi), faktor bauran pemasaran dan faktor lingkungan. Hal ini diperkuat dari hasil wawancara kepada 20 orang mahasiswa yang masuk melalui Program Mandiri, di mana rata-rata mahasiswa Program Mandiri menyatakan bahwa faktor individu (keinginan pribadi, waktu kuliah, dan kualitas Fakultas Ekonomi), faktor bauran pemasaran (mudah dijangkau, harga

SPP terjangkau, dan kualitas dosen) dan faktor lingkungan (ajakan teman, dan prestise) merupakan persepsi mereka memilih Program Mandiri Fakultas Ekonomi Universitas Lampung.

Pada dasarnya yang bisa dikendalikan oleh perguruan tinggi adalah faktor bauran pemasaran, yang terdiri dari: produk, harga, promosi, partisipan, lingkungan fisik dan proses, sedangkan faktor pribadi mahasiswa merupakan harapan mahasiswa terhadap program studi dalam memenuhi kebutuhannya berdasarkan kemampuan yang dimilikinya.

Faktor lingkungan adalah faktor diluar pribadi mahasiswa dan perguruan tinggi. Faktor ini akan memberikan pengaruh kepada mahasiswa, terutama terhadap kesamaan antara kehidupan mahasiswa sehari-hari dengan kehidupan kampus. Kesamaan-kesamaan tersebut terdiri dari: kesamaan ekonomi, kesamaan pandangan terhadap nilai dan norma, maupun acuan dari kelompok referensi yang memberikan suatu pandangan terhadap mahasiswa tentang kehidupan kampus. Kelompok referensi ini bisa terdiri dari tokoh masyarakat yang dijadikan panutan bagi mahasiswa, maupun atasan langsung dari mahasiswa pada tingkat pendidikan sebelumnya, misalnya guru atau kepala sekolah.

Berdasarkan penjelasan di atas, faktor lingkungan, faktor bauran pemasaran dan faktor pribadi memengaruhi keputusan mahasiswa untuk masuk melalui jalur Program Mandiri di Fakultas Ekonomi Universitas Lampung, sehingga pada penulisan ini penulis ingin mengkaji secara komprehensif mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut, yaitu : faktor pribadi mahasiswa, faktor bauran pemasaran, dan faktor lingkungan terhadap keputusan mahasiswa masuk pada Program Mandiri dengan judul:

“Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Pada Program Mandiri Di Fakultas Ekonomi Universitas Lampung”.

1.2 Permasalahan

Setiap calon mahasiswa dalam membuat satu keputusan akan selalu dihadapkan pada berbagai macam alternatif pilihan. Dalam menghadapi berbagai macam alternatif pilihan pendidikan, calon mahasiswa membutuhkan banyak informasi sebagai pertimbangan mereka saat membuat keputusan. Informasi tersebut diperoleh dari lingkungan dan sikap mereka terhadap institusi yang menawarkan jasa pendidikan.

Dalam penelitian ini, penulis fokus pada faktor pribadi, bauran pemasaran dan lingkungan sebagai faktor yang dianggap menjadi pertimbangan mahasiswa dalam membuat keputusan untuk memilih Program Mandiri, namun banyaknya dimensi dari faktor yang diperhatikan mahasiswa dalam membuat keputusan, sehingga yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: faktor faktor apa saja yang memengaruhi keputusan mahasiswa pada Program Mandiri di Fakultas Ekonomi Universitas Lampung?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa memilih program Mandiri Fakultas Ekonomi Universitas Lampung.

1.4 Manfaat Penulisan

Manfaat dari penulisan ini dibagi menjadi dua yakni bagi penulis dan perguruan tinggi:

1. Bagi penulis, penulisan ini sebagai usaha untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai aplikasi dari teori yang didapat di bangku kuliah.
2. Bagi perguruan tinggi, penulisan ini sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran dalam menentukan strategi kebijaksanaan pengelolaan dan pembinaan perguruan tinggi sejalan dengan kepentingan konsumen yang menyangkut masuknya mahasiswa lewat jalur Ujian Mandiri.

1.5 Kerangka Pemikiran

Perilaku konsumen dalam membeli jasa (termasuk di dalamnya jasa pendidikan) sedikit berbeda dengan perilaku konsumen dalam membeli produk barang. Bila dibandingkan dengan produk barang, maka penilaian konsumen terhadap jasa cenderung lebih subjektif.

Bandarlampung sebagai kota yang memiliki banyak universitas dan perguruan tinggi, menunjukkan persaingan yang semakin kompetitif dalam menjaring calon mahasiswa. Calon mahasiswa sering kali ditawarkan berbagai fasilitas-fasilitas pendukung dari perguruan tinggi. Fakta ini menunjukkan bahwa kompetisi yang terjadi sangat ketat sehingga setiap universitas dan perguruan tinggi perlu usaha-usaha khusus agar tetap mampu bersaing.

Merespon kondisi pasar yang semakin kompetitif dan dampak-dampaknya, perguruan tinggi harus selalu mengubah strategi dalam pemasaran. Sehubungan dengan itu, maka

perlu dianalisis faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih Program Mandiri di Fakultas Ekonomi Universitas Lampung. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian yaitu konsumen individu, lingkungan dan penerapan strategi pemasaran.

Faktor pertama yaitu individu konsumen artinya pilihan untuk membeli barang/jasa dipengaruhi oleh hal-hal yang ada pada diri konsumen seperti kebutuhan, persepsi, sikap, kondisi geografis, gaya hidup dan karakteristik kepribadian individu. Faktor kedua, yaitu lingkungan artinya pilihan konsumen terhadap barang/jasa dipengaruhi oleh lingkungan disekitarnya. Saat konsumen membeli barang/jasa, mereka didasari oleh banyak pertimbangan misalnya karena meniru teman, tetangga yang telah membeli lebih dulu, dan sebagainya. Dengan demikian, interaksi sosial yang dilakukan oleh konsumen akan mempengaruhi pilihan produk atau jasa yang akan dibeli konsumen.

Penjelasan di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muslichah, Wahyuddin dan Syamsuddin yang diketahui bahwa variabel lingkungan (X_1), variabel individu (X_2), dan variabel komunikasi pemasaran (X_3) mempengaruhi keputusan pembelian (Y). Artinya, saat konsumen akan membuat keputusan pembelian jasa akan memperhatikan factor individu dan lingkungan disekitarnya.

Faktor terakhir yaitu penerapan strategi pemasaran yang merupakan stimuli pemasaran yang dapat dikendalikan oleh pemasar/pelaku bisnis. Dalam hal ini pemasar berusaha mempengaruhi konsumen dengan menggunakan stimuli pemasaran seperti iklan, dan sejenisnya agar konsumen bersedia memilih produk yang ditawarkan.

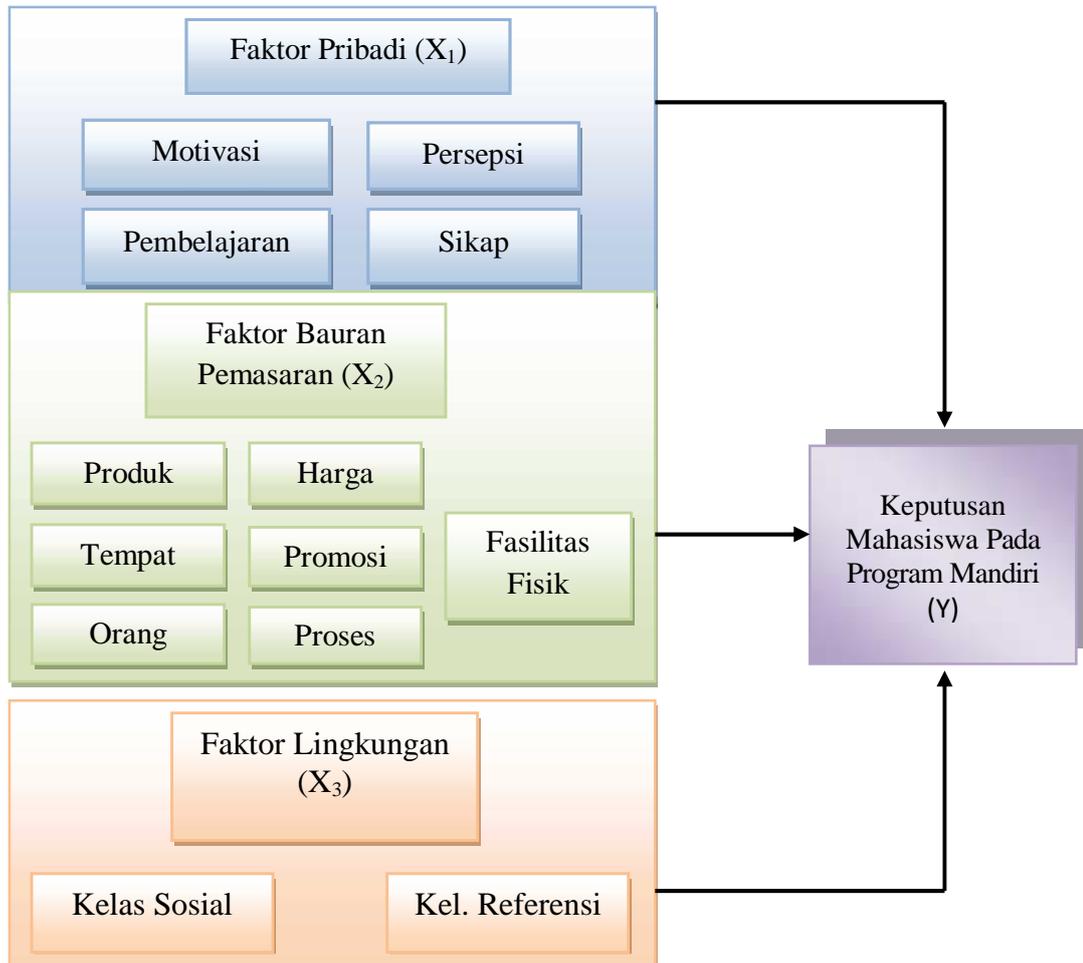
Selanjutnya pemasar harus mengevaluasi strategi pemasaran yang dilakukan dengan melihat respon konsumen untuk memperbaiki strategi pemasaran di masa depan. Sementara itu konsumen individu akan melakukan evaluasi pembelian yang telah dilakukannya. Jika pembelian yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya, atau dengan kata lain mampu memuaskan apa yang dibutuhkan dan diinginkannya, maka di masa yang akan datang akan terjadi pembelian berulang. Bahkan lebih jauh dari itu konsumen yang merasa puas akan menyampaikan kepuasannya itu kepada orang lain, dan inilah yang disebut sebagai pengaruh dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*).

Penjelasan di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulina yang menyatakan bahwa bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap keputusan memilih. Artinya, konsumen juga akan memperhatikan faktor bauran pemasaran saat akan membuat keputusan untuk memilih produk atau jasa yang akan digunakan

Berdasarkan penjelasan di atas dan penelitian terdahulu, penulis dapat mengetahui bahwa faktor pribadi, faktor bauran pemasaran dan faktor lingkungan akan mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk memilih Program Mandiri di Fakultas Ekonomi Universitas Lampung.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat dibentuk satu bagan kerangka pemikiran sebagai pedoman dalam melakukan penulisan skripsi.

Gambar 1. Model Kerangka Pemikiran



Sumber: Assael dalam Sudamiatin (2009:3)

1.6 Hipotesis

Hipotesis pada penulisan ini adalah faktor – faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk memilih program mandiri Fakultas Ekonomi Universitas Lampung adalah faktor pribadi, faktor bauran pemasaran, dan faktor lingkungan.