

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perguruan tinggi adalah penyelenggara pendidikan tinggi yang merupakan kompeten sistem pendidikan formal nasional di setiap negara. Disamping mengemban tugas universal, perguruan tinggi juga mengemban tugas nasional (Shafiq, dkk, 2017). Persaingan pendidikan perguruan tinggi dalam merebutkan “pasar” untuk menarik mahasiswa sangat berat baik Perguruan Tinggi Swasta (PTS) maupun Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Dengan persaingan yang semakin ketat maka dibutuhkan pengetahuan dan strategi pemasaran dan persaingan yang baik dari seluruh perguruan tinggi untuk menarik calon mahasiswa baru.

Persaingan yang terjadi bukan hanya di PTN favorit tetapi juga terjadi di PTS. Di Indonesia jumlah lembaga pendidikan tinggi yang terdaftar mencapai 4.504 unit dan di dominasi oleh PTS yang mencapai 3.196 unit, sedangkan PTN mencapai 121 unit, dan sisanya adalah perguruan tinggi agama dan perguruan tinggi di bawah kementerian atau lembaga negara dengan sistem dinas (Ristek Dikti, 2017). Persaingan perguruan tinggi juga terjadi di Gresik dengan Jumlah PTS yang ada mencapai 17 unit salah satunya adalah Universitas Internasional Semen Indonesia (Pemerintahan Kabupaten Gresik, 2018).

Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) merupakan salah satu institusi pendidikan yang berkomitmen mencetak lulusan dengan kualitas tinggi. Universitas Internasional Semen Indonesia berdiri sejak tahun 2015 yang sebelumnya bernama Sekolah Tinggi Manajemen Semen Indonesia (STIMSI) selama dua tahun. Transformasi UISI melakukan penerimaan mahasiswa baru dengan membuka sepuluh jurusan, diantaranya adalah dua jurusan terdahulu yakni Manajemen dan Manajemen Rekayasa. Universitas Internasional Semen Indonesia merupakan PTS yang berusia 4 tahun, menggambarkan bahwasanya untuk memperoleh mahasiswa baru diperlukan suatu perjuangan promosi yang lebih intensif dan terencana. Kampus UISI berlokasi di bekas pabrik PT Semen

Gresik di jalan Veteran kota Gresik. Pendirian gedung kampus memanfaatkan bangunan bekas pabrik yang diinovasi dengan menyesuaikan kebutuhan yang diinginkan.

Gresik merupakan kota yang dikenal sebagai kota industri, di mana terdapat 249 industri-industri yang berdiri di dalamnya maka banyak pula membutuhkan karyawan untuk pekerjaannya. Adanya 9 PTS yang membuka program kelas non reguler di Gresik saat ini menjadi peluang besar untuk UIISI membuka program kelas non reguler. Adanya dukungan dari PT Semen Indonesia, menjadikan besar kemungkinan UIISI akan memperluas jaringan dengan membuka program kelas non reguler untuk karyawan sesuai dengan permintaan pasar. Program kelas reguler adalah sebuah kelas yang dilakukan pada pagi hari setiap hari senin – jumat. Program kelas non reguler adalah sebuah kelas karyawan yang diselenggarakan di luar jam kantor atau kelas sore. Kelas karyawan adalah kelas yang diperuntukkan oleh siswa yang ingin mengambil studi sarjana yang dibarengi dengan bekerja.

Menurut (Kristiyono, 2016) Hubungan antara kegiatan pengembangan suatu produk dan komunikasi pemasaran dapat disebut bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*). Menurut (Irsad, 2010) Bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran yang meliputi item pemasaran yaitu *Product, Price, Place, and Promotion*, yang mana dapat digunakan sebagai senjata perusahaan dalam memasarkan produknya dalam rangka melayani konsumen. Proses pemasaran adalah proses bagaimana perusahaan dapat mempengaruhi konsumen agar tahu, dan menjadi senang lalu membeli produk yang ditawarkan sehingga kepuasan pelanggan terpenuhi oleh produk dari perusahaan. *Place* yaitu memanfaatkan lokasi yang dimiliki perguruan tinggi. *Product* yang dimaksud disini adalah program studi yang tersedia. *Price* yaitu terdiri dari biaya yang dikeluarkan dalam pembayaran Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP) yang diminati konsumen. *Promotion* yaitu media promosi yang digunakan dan publikasi yang dilakukan.

Fokus yang diambil dalam penelitian ini adalah pengembangan produk dan biaya perkuliahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana minat karyawan terhadap program kelas non reguler yang ditinjau dari beberapa faktor yang menjadi pertimbangan. Faktor tersebut diantaranya yaitu harga, waktu, dan

prodi yang diinginkan. Pembukaan program kelas non reguler diharapkan dapat menghasilkan tenaga-tenaga kerja profesional yang mengutamakan kemampuan penerapan ilmu pengetahuan. Untuk itu dibutuhkan riset khusus dalam meneliti dan menganalisa pendirian program kelas non reguler di UISI agar nantinya tepat dan berguna sesuai kebutuhan pasar. Dengan harapan dapat berguna untuk layanan pendidikan program studi dan menghasilkan lulusan dengan kompetensi yang sesuai kualifikasi perusahaan (pengguna lulusan). Pada penelitian ini menggunakan metode survei sebagai data dari responden.

Menurut (Maholtra, 2009) metode survei merupakan kuisioner terstruktur yang diberikan kepada responden yang direncanakan untuk mendapatkan informasi spesifik. Informasi yang diperoleh adalah berdasarkan jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan. Pada penelitian ini, pengambilan data dari konsumen dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang diambil secara acak di Kabupaten Gresik dan area jarak tempuh maksimal 1 jam atau 20 KM dari UISI. Data hasil survei menggunakan kuesioner akan menghasilkan sampel yang bersifat kualitatif. Karena sampel bersifat kualitatif maka sangat sulit mendapatkan data dengan distribusi normal. Oleh karena itu digunakan uji statistik nonparametrik dalam proses penarikan kesimpulan.

Dalam penelitian yang dilakukan (Heriyanto, dkk, 2017) bertujuan untuk mengetahui prospek minat masyarakat melanjutkan di program studi S1 Nava Dhammasekha dengan menggunakan metode survei di Provinsi Banten dan Jawa Tengah. Responden yang di gunakan dalam penelitian tersebut adalah pengurus, guru Dhammasekha, kepala sekolah berciri Buddis, siswa SMA/SMK sederajat, dan pakar pendidikan. Pengambilan data dilakuan dengan penyebaran kuesioner dan wawancara, sedangkan analisa datanya dilakukan kuantitatif dan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prospek minat masyarakat untuk melanjutkan studi S1 Nava Dhammasekha, sebanyak 8% responden menyatakan akan mendaftar, 25% mungkin mendaftar, 25% belum tau, 27% tidak daftar, dan 10% lainnya tidak menjawab.

Penelitian yang dilakukan (Sulistiyowati, 2018) bertujuan untuk menganalisa kebutuhan konsumen terhadap program studi baru di UISI. Metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik dengan data primer yang didapatkan

dari kuesioner yang disebar ke Kabupaten Gresik dan Kabupaten Lamongan dengan sasaran respondennya adalah siswa/siswi SMA sederajat, mahasiswa, orang tua. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program studi Manajemen merupakan program studi di UISI yang paling diminati, dan di luar sepuluh jurusan di UISI program studi Kedokteran adalah program studi baru yang paling diminati.

Penelitian yang dilakukan (Ardiani, 2018) bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan studi lanjut ke perguruan tinggi, faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih perguruan tinggi, kemampuan konsumen terhadap biaya pendidikan, perilaku konsumen di wilayah urban (kota) dan rural (desa) terhadap pendidikan lanjut ke perguruan tinggi dan mengetahui efektivitas media promosi UISI. Metode yang digunakan adalah uji statistik non parametrik yaitu *Chi Square*, uji korelasi dan uji t berpasangan dengan sumber data diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa riwayat pendidikan keluarga tidak mempengaruhi keinginan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, faktor pertimbangan yang paling diminati konsumen yaitu fasilitas akademik yang memadai, ranking prioritas dari faktor pertimbangan yang utama yaitu adanya program studi yang sesuai dengan keinginan calon mahasiswa, sebagian besar responden mengalokasikan biaya pendidikan dibawah Rp 800.000 per bulan, minat melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi antara masyarakat urban dan rural tidak memiliki perbedaan, media promosi yang paling diminati responden perguruan tinggi melalui media sosial.

Berdasarkan dari penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan di UISI, maka perlu dilakukan kajian pasar program kelas non regular untuk mengetahui kebutuhan yang di inginkan konsumen terhadap program kelas non regular yang sesuai dengan keinginan mereka. Ada beberapa faktor untuk pertimbangan dalam penelitian ini yaitu, harga yang di inginkan untuk skema pembiayaan melakukan pembayaran per bulan atau per semester dan untuk model pembiayaan sudah termasuk biaya pengambilan Sistem Kredit Semester (SKS) atau Uang Kuliah Tunggal (UKT), waktu perkuliahan yang di inginkan untuk kelas sore atau kelas *weekend*, dan program studi yang paling di inginkan dari 10 program studi yang ada di UISI. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melengkapi penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah pada penelitian ini adalah mengkaji minat pasar berkaitan dengan rencana pembukaan kuliah program kelas non reguler di UI SI.

1.3 Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah, berikut ini merupakan tujuan dilakukannya pelaksanaan dan penulisan kegiatan penelitian

1. Untuk mengetahui minat konsumen terhadap program kelas non reguler.
2. Untuk mengetahui minat konsumen terhadap program studi di UI SI
3. Untuk mengetahui terhadap skema pembiayaan program kelas non reguler.

1.4 Batasan Masalah

Berikut ini adalah batasan dalam melakukan pelaksanaan dan penulisan kegiatan penelitian:

1. Responden berdomisili di Gresik dengan area jarak waktu tempuh maksimal 1 jam atau 20 KM dari UI SI.
2. Pengambilan pra data dilakukan antara Bulan Mei sampai Bulan Juni.

1.5 Asumsi

Asumsi dalam melakukan pelaksanaan dan penulisan kegiatan penelitian ini adalah Responden belum pernah mengambil studi lanjut perguruan tinggi.

Halaman ini sengaja dikosongkan.

