

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Menentukan perguruan tinggi yang terbaik untuk anaknya merupakan keputusan yang penting bagi setiap orang tua. Setiap orang tua tentu ingin mendidik anaknya di perguruan tinggi yang berkualitas. Dengan begitu harapan orang tua terhadap anak dapat terwujud. Salah satunya dengan melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi.

Seiring dengan berkembangnya peradaban, kesadaran akan pentingnya sebuah pendidikan yang baik, bermutu, dan berkualitas juga semakin dirasakan oleh berbagai kalangan. Mereka pun banyak yang rela merogoh kocek dalam-dalam, agar putra atau putrinya menjadi kaum terdidik, serta memiliki wawasan dan pengetahuan yang dapat menjadi bekal mereka dalam mengarungi kehidupan. Masa-masa ketika para pelajar SMA mencapai titik akhir masa sekolah merupakan suatu keadaan yang sulit. Mereka dihadapkan pada beberapa pilihan, apakah akan memasuki dunia kerja atau melanjutkan studi ke perguruan tinggi.¹

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat bangsa dan negara.² Allah juga akan mengangkat derajat bagi orang berilmu, seperti firman Allah dalam QS. Al-Mujadillah: 11³

¹ Nalim, "Analisis Faktor Yang Memengaruhi Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Pendidikan Bahasa Arab STAIN Pekalongan", *Forum Tarbiyah*, No. 2/X, Desember 2012, h. 215.

² Nasional, Sistem Pendidikan. "Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003." *Jakarta: Depdiknas* (2003)

³ Departemen Agama RI. "*Qur'an Tajwid dan Terjemah*." Jakarta: Maghfirah Pustaka (2006), h. 543.

...يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ



Artinya: Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Mujaadilah: 11)

Dalam sejarah peradaban umat manusia, dunia akademik selain memainkan peranan sentral apakah sebagai konservator nilai-nilai dominan yang berlaku ataukah sebagai sumber nilai-nilai baru bagi dinamika masyarakat. Pendidikan tinggi merupakan salah satu prioritas terpenting bagi sebagian besar masyarakat. Bagi sebagian masyarakat dapat menempuh pendidikan sampai pada perguruan tinggi merupakan harapan yang ingin dicapai. Pendidikan tinggi, menurut Poespowardjojo, tidak dapat hanya menjadi penonton atau mungkin sebagai pengkritik kejadian-kejadian sosial yang hidup dan berkembang dalam masyarakat.⁴

Populasi dalam masyarakat mana saja terbagi ke dalam lima kelompok pendidikan. Buta huruf, tidak lulus SMA, lulus SMA, lulus perguruan tinggi, dan lulus profesi. Di Jepang, 99 persen populasi melek huruf, sementara di Amerika Serikat 10 persen sampai 15 persen populasi mungkin buta huruf secara fungsional. Akan tetapi Amerika Serikat memiliki persentase populasi berpendidikan akademi/universitas yang tertinggi di dunia, sekitar 36 persen.

Semakin tingginya tingkat pendidikan di Amerika Serikat menyebabkan meningkatnya tekanan pemasaran, kepada mahasiswa di perguruan tinggi maupun pemasaran dari perguruan tinggi dan universitas sebagai merk. Meningkatnya persaingan untuk mendapatkan mahasiswa unggul dan perhatian terhadap reputasi dan peringkat institusi mendorong

⁴ Moch Idochi Anwar, *Administrasi Pendidikan dan Manajemen Biaya Pendidikan Edisi Revisi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013, h. 117.

institusi- institusi menciptakan citra merk. Tidak ada yang meragukan kekuatan nama “*Harvard*” sebagai simbol dari keunggulan pendidikan.⁵

Transformasi IAIN Walisongo resmi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo sejak 19 Desember 2014 bersamaan dengan dua UIN yang lain, yaitu UIN Palembang dan UIN Sumut. Peresmian dan penandatanganan prasasti dilakukan oleh Presiden Joko Widodo di Istana Merdeka. UIN Walisongo secara resmi berdiri pada tanggal 6 April 1970 melalui Keputusan Menteri Agama RI (KH. M. Dachlan) No. 30 dan 31 tahun 1970. Pada awal berdirinya, Perguruan Tinggi Agama Islam ini memiliki 5 fakultas yang tersebar di berbagai kota di Jawa Tengah, yakni Fakultas Dakwah di Semarang, Fakultas Syari'ah di Bumiayu, Fakultas Syari'ah di Demak, Fakultas Ushuluddin di Kudus dan Fakultas Tarbiyah di Salatiga. Namun, ide dan upaya perintisannya telah dilakukan sejak tahun 1963, melalui pendirian fakultas-fakultas Agama Islam di beberapa daerah tersebut yang dilakukan secara sporadis oleh para ulama sebagai representasi pemimpin agama dan para birokrat santri.

Keberadaan UIN Walisongo pada awalnya tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan masyarakat santri di Jawa Tengah akan terselenggaranya lembaga pendidikan tinggi yang menjadi wadah pendidikan pasca pesantren. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa Jawa Tengah adalah daerah yang memiliki basis pesantren yang sangat besar. Dengan demikian di satu sisi lembaga pendidikan tinggi ini harus mampu memposisikan diri sebagai penerus tradisi pesantren, sementara di sisi lain ia harus memerankan diri sebagai lembaga pendidikan tinggi yang melakukan diseminasi keilmuan, sebagaimana layaknya perguruan tinggi.

Para pendiri UIN ini secara sadar memberi nama Walisongo. Nama besar ini menjadi simbol sekaligus spirit bagi dinamika sejarah perguruan tinggi agama Islam terbesar di Jawa Tengah ini. Tentu dalam bentangan sejarahnya, UIN terlibat dalam pergulatan meneruskan tradisi dan cita-cita

⁵ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management, Twelfth Edition*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan dengan judul: *Manajemen Pemasaran* Edisi Kedua Belas Jilid I Jakarta: PT Indeks, 2009, h. 101-102.

Islam inklusif ala Walisongo, sembari melakukan inovasi agar kehadirannya dapat secara signifikan berdaya guna bagi upaya mencerdaskan kehidupan bangsa dan secara nyata berkhidmah untuk membangun peradaban umat manusia. Spirit inilah yang dikembangkan menuju UIN Walisongo sebagai *center of excellence* perguruan tinggi agama Islam di Indonesia.⁶

Jasa pendidikan yang difokuskan dalam penelitian ini adalah perguruan tinggi UIN Walisongo Semarang. Banyak aspek yang ditawarkan oleh UIN Walisongo Semarang, antara lain: fasilitas, keuangan, akreditasi, dan kualitas layanan pendidikan.

Berikut disajikan data jumlah mahasiswa yang terdaftar di tiap fakultas di UIN Walisongo Semarang dari tahun 2013-2015⁷

Tabel 1.1
Data Mahasiswa Baru UIN Walisongo Semarang
Tahun 2013/2014-2015/2016

No	Tahun Ajaran	Nama Fakultas	Jumlah Mahasiswa Tiap Fakultas	Jumlah Keseluruhan Mahasiswa
1	2013 /2014	Fakultas Dakwah	447	2.523
		Fakultas Syariah	851	
		Fakultas Tarbiyah	925	
		Fakultas Ushuluddin	300	
2	2014/ 2015	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	479	2.790
		Fakultas Syariah	580	
		Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	967	
		Fakultas Ushuluddin	329	
		Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	455	
3	2015/ 2016	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	534	3.384
		Fakultas Syariah dan Hukum	589	
		Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	1.059	

⁶ https://id.wikipedia.org/wiki/UIN_Walisongo di akses pada tanggal 08 Oktober 2015 pukul 16.55

⁷ Data diperoleh dari sub. Bag. Registrasi UIN Walisongo Semarang tanggal 17 November 2015 pukul 13.20 WIB

	Fakultas Ushuluddin dan Humaniora	358	
	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	519	
	Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	110	
	Fakultas Psikologi dan Kesehatan	99	
	Fakultas Sains dan Teknologi	116	

Sumber: Sub. Bag. Registrasi UIN Walisongo Semarang, Tahun 2013-2015

Tabel 1.2
Persentase Kenaikan Mahasiswa UIN Walisongo
dari Tahun 2013/2014-2015/2016

Tahun Ajaran	Jumlah Mahasiswa	Persentase
2013/2014	2.523	10%
2014/2015	2.790	21%
2015/2016	3.384	34%

Berdasarkan tabel 1.1 dan 1.2 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah mahasiswa UIN Walisongo Semarang setiap tahunnya mengalami kenaikan. Pada tahun ajaran 2013/2014 UIN Walisongo Semarang mengalami kenaikan 10%. Pada tahun ajaran 2014/2015 UIN Walisongo mengalami kenaikan jumlah mahasiswa sebesar 21%. Pada tahun ajaran 2015/2016 jumlah mahasiswa meningkat sebesar 34%. Kenaikan pada tahun 2015/2016 ini cukup signifikan, yaitu dengan bertambahnya 594 mahasiswa, sehingga jumlah mahasiswa baru UIN Walisongo pada tahun 2015/2016 sebanyak 3.384 mahasiswa. Jika dilihat dari sisi kuantitas, maka jumlah mahasiswa yang diterima di UIN Walisongo Semarang meningkat 34%. Namun apakah peningkatan jumlah mahasiswa ini semata-mata karena transformasi dari IAIN ke UIN, fasilitas dan kualitas layanan pendidikan.

Peneliti berasumsi bahwa dengan meningkatnya jumlah mahasiswa baru diasumsikan bahwa citra merek yang semula IAIN beralih menjadi UIN Walisongo Semarang. Dalam penelitian Karina Pradityas Putri menyatakan bahwa *brand image* paling berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa

melanjutkan studi di perguruan tinggi. Citra merek menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Melalui citra merek perguruan tinggi yang baik, maka dapat menimbulkan animo pada mahasiswa, dimana akan timbul perasaan positif pada saat menggunakan jasa pendidikan.⁸ Bukan hanya *brand image*, akan tetapi fasilitas yang semakin memadai juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melanjutkan studi di perguruan tinggi. Asumsi ini didukung dengan adanya penelitian dari Steffi Mongkaren bahwa fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa RS Advent⁹, seperti halnya UIN Walisongo Semarang selalu meningkatkan fasilitas yang berorientasi pada kepuasan mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Fasilitas yang lebih baik dapat menunjang proses perkuliahan di UIN Walisongo Semarang.

Selain *brand image* dan fasilitas, ada juga hal yang lain yang dapat melatarbelakangi seseorang melanjutkan studi di UIN Walisongo yaitu karena kualitas layanan pendidikan. Penelitian dari Dedek K. Gultom menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Sumatera Utara.¹⁰ Kualitas layanan pendidikan menentukan eksistensi sebuah kelembagaan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui pengaruh *brand image*, fasilitas dan kualitas layanan pendidikan terhadap keputusan memilih UIN Walisongo Semarang. Populasi yang ingin diambil untuk teknik pengambilan sampel adalah angkatan 2015, karena pada angkatan 2015 IAIN sudah beralih menjadi UIN Walisongo Semarang secara resmi.

Perguruan tinggi juga harus mempunyai akuntabilitas yang baik, akuntabilitas suatu lembaga pendidikan tinggi berarti sejauh mana lembaga

⁸ Karina Pradytas Putri. "Analisis Pengaruh Brand Image, Biaya Pendidikan, Dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang". SKRIPSI Fakultas Ekonomi UNDIP (2011).

⁹ Steffi Mongkaren, "Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya dengan Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado", *Jurnal Emba*, Vol. 1, No. 4 Desember 2013

¹⁰ Dedek, K. Gultom, dkk, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 14. No. 01 April 2014

tersebut mempunyai makna *shareholder* lembaga tersebut, yaitu masyarakat. Suatu lembaga pendidikan tinggi tidak mempunyai nilai akuntabilitas apabila lembaga tersebut terlepas dari jangkauan atau kebutuhan masyarakat yang memilikinya.¹¹

Banyak faktor yang melatarbelakangi mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Oleh karena itu, hal tersebut mendorong peneliti ingin mengambil konsentrasi tentang penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Fasilitas dan Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih UIN Walisongo Semarang.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perumusan masalahnya adalah:

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap keputusan memilih UIN Walisongo Semarang?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan memilih UIN Walisongo Semarang?
3. Apakah kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap keputusan memilih UIN Walisongo Semarang?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan manfaat dalam penelitian ini adalah:

1.3.1 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh *brand Image*, fasilitas dan kualitas layanan pendidikan yang ditawarkan UIN Walisongo Semarang terhadap keputusan memilih UIN Walisongo Semarang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, yakni untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Islam, khususnya hal yang berkaitan dengan pemasaran jasa pendidikan.
2. Manfaat praktis, yakni sebagai bahan pertimbangan dalam pemasaran lembaga pendidikan (dalam hal ini UIN Walisongo

¹¹ Hasbullah, *Otonomi Pendidikan Kebijakan Otonomi Daerah dan Implikasinya terhadap Penyelenggaraan Pendidikan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, h. 134.

Semarang) terkait dengan *brand image*, fasilitas dan kualitas layanan pendidikan.

3. Sebagai bahan informasi penelitian lebih lanjut.

1.4. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab sebagai berikut:

Bab I, merupakan pendahuluan yang menjelaskan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan pustaka yang menjelaskan deskripsi tentang *brand Image*, fasilitas, kualitas layanan pendidikan dan keputusan mahasiswa memilih UIN Walisongo Semarang

Bab III Metode Penelitian, berisi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan metode analisis data.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan, akan mengemukakan tentang gambaran umum tentang UIN Walisongo Semarang, deskripsi data penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, deskripsi variabel penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

Bab V Penutup, berisi kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup.