

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ki Hajar Dewantara pernah mengatakan bahwa, hakikat pendidikan adalah upaya memajukan budi pekerti, pikiran, serta jasmani anak, agar mampu memajukan kesempurnaan hidup. Hal ini selaras dengan substansi definisi pendidikan dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menyatakan bahwa, pendidikan merupakan proses mengembangkan potensi untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan Negara. Bahkan, Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 juga mengamanatkan setiap warga Negara berhak mendapatkan pendidikan guna meningkatkan kualitas dan kesejahteraan hidupnya. Hal ini diyakini para pendiri bangsa bahwa, pendidikan merupakan kunci utama mencapai tujuan Negara. Adapun tujuan Negara adalah mencerdaskan kehidupan bangsa, menciptakan kesejahteraan umum, dan ikut serta melaksanakan ketertiban dunia.¹

Pendidikan mempunyai peranan yang sangat penting dan strategis dalam upaya pembangunan bangsa, serta memberi kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan transformasi sosial. Keberadaan masyarakat terpelajar lahir dari rahim pendidikan yang menjadi prasyarat terbentuknya masyarakat maju, mandiri, demokratis, sejahtera, dan bebas dari kemiskinan. Pada tahun 2003 Departemen Pendidikan Nasional mengadakan penelitian tentang pengaruh pendidikan, hasilnya adalah kenaikan 1,0 persen rata-rata pendidikan tenaga kerja menaikkan Produk Domestik Bruto (PDB) atau ekonomi riil per kapita sebesar 0,29 persen,

¹Bappenas, "Peningkatan Akses Masyarakat terhadap Pendidikan yang Lebih Berkualitas" <http://www.bappenas.go.id/files/1413/5463/0207/bab-26-peningkatan-akses-masyarakat-terhadap-pendidikan-yang-lebih-berkualitas.pdf>, diakses pada 15 Maret 2016, pukul 20.30 WIB

dengan asumsi yang lain tetap (*Ceteris Paribus*). Sementara kenaikan 1,0 persen rata-rata jam kerja tenaga kerja akan menaikkan PDB sebesar 0,18 persen, dan kenaikan 1,0 persen rata-rata pendidikan penduduk akan menaikkan PDB sebesar 0,19 persen. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa, pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak saja dipengaruhi oleh meningkatnya pendidikan tenaga kerja, tetapi juga oleh pendidikan penduduk Negara Indonesia. Hasil penelitian tersebut menjadi dasar yang kuat untuk membangun pendidikan di Indonesia secara cepat, dengan tetap memperhatikan peningkatan kualitasnya².

Dunia pendidikan merupakan pencerahan peradaban suatu bangsa, kebutuhan dasar, dan usaha sadar untuk menyiapkan Sumber Daya Manusia berkualitas, melalui kegiatan bimbingan, pengajaran, dan latihan bagi peranannya di masa yang akan datang. Bahkan, Garis Besar Haluan Negara (GBHN) 1999-2004 mengamanatkan arah kebijakan pembangunan pendidikan adalah mengupayakan perluasan dan pemerataan kesempatan memperoleh pendidikan yang bermutu tinggi bagi seluruh rakyat Indonesia.³

Di negara-negara maju, sekolah/lembaga pendidikan memang dikreasikan oleh masyarakat, sehingga mutu sekolah menjadi pusat perhatian dan selalu berupaya untuk mempertahankan. Hal ini dapat terjadi karena mereka sudah meyakini bahwa, sekolah merupakan cara terbaik dan meyakinkan untuk membina perkembangan dan pertumbuhan anak-anak mereka. Mengingat keyakinan yang tinggi bahwa, sekolah/lembaga pendidikan mempunyai kemampuan membentuk dan membangun masa depan anak yang baik, membuat masyarakat berpartisipasi secara aktif dan optimal mulai dalam perencanaan, pelaksanaan maupun pengawasan terhadap pengelolaan dan penyelenggaraan sekolah. Selain merasa sebagai pemilik sekolah, masyarakat juga sebagai penanggung jawab atas

² Bappenas, "Peningkatan Akses Masyarakat terhadap Pendidikan yang Lebih Berkualitas" <http://www.bappenas.go.id/files/1413/5463/0207/bab-26-peningkatan-akses-masyarakat-terhadap-pendidikan-yang-lebih-berkualitas.pdf>, diakses pada 15 Maret 2016, pukul 21.45 WIB

³ Sari Dewi "Animo Masyarakat terhadap Pendidikan" <http://saridewi2484.blogspot.co.id/2008/10/animo-masyarakat-terhadap-pendidikan.html>, diakses pada 15 Maret 2016, pukul 21.45 WIB

keberhasilan sekolah. Kondisi ini dapat terjadi karena kesadaran yang tinggi dari masyarakat yang bersangkutan terhadap pendidikan.⁴

Jika dikaji lebih dalam, kepercayaan masyarakat terhadap pendidikan mampu dibuktikan dengan ratusan bahkan ribuan calon siswa atau mahasiswa menyerbu institusi pendidikan di setiap ajaran baru dengan berlomba-lomba mendaftarkan diri melalui jalur penerimaan mahasiswa. Bahkan setiap tahunnya mengalami lonjakan pendaftar.⁵ Fenomena tersebut seakan-akan tidak terpengaruh oleh kondisi sosial, budaya, politik, moral, maupun jeratan krisis ekonomi yang dialami oleh bangsa ini. Tentu saja hal ini disambut gembira oleh lembaga penyedia layanan pendidikan.

Organisasi sekolah/ lembaga penyedia jasa pendidikan adalah organisasi yang menganut sistem terbuka. Sebagai sistem terbuka, lembaga pendidikan mau tidak mau, bahkan disadari atau tidak disadari akan selalu menjalin kontak hubungan dengan lingkungan/*stakeholder* yang disebut sebagai supra sistem. Kontak hubungan ini dibutuhkan untuk menjaga agar sistem atau lembaga itu tidak mudah punah atau tetap diminati oleh masyarakat.

Suatu organisasi yang tidak peduli dengan apa yang terjadi di masyarakat (*wants* dan *needs*), termasuk lembaga pendidikan sebagai organisasi apabila tidak melakukan kontak dengan lingkungan (mengetahui *needs* dan *wants*) maka, lambat laun akan mati secara alamiah (tidak dapat eksis). Hal ini dikarenakan organisasi hanya akan tumbuh dan berkembang apabila didukung dan dibutuhkan oleh lingkungannya. Hanya sistem terbuka yang memiliki *negentropy*, yaitu suatu usaha yang terus menerus menghalangi kemungkinan terjadinya *entropy* atau kepunahan. Jika disimpulkan, hidup matinya lembaga pendidikan tergantung dan ditentukan oleh usaha lembaga itu sendiri. Sejauh lembaga mampu menjaga dan

⁴ Sumber Belajar Malang “Masyarakat dan Pendidikan”, <https://sumberbelajarsmkn10.wordpress.com/2013/01/18/masyarakat-dan-pendidikan/>, diakses pada 15 Maret 2016, pukul 21.45 WIB

⁵ Anwar Siswadi, ” Pendaftaran SNMPTN Melonjak Dua Kali Lipat”, <https://meandbiology.wordpress.com/2013/03/15/rekapitulasi-jumlah-pendaftar-snmptn-2013-di-beberapa-ptn-2/>, diakses pada 16 Maret 2016 pukul 07.45 WIB

memelihara komunikasinya dengan masyarakat luas, maka eksistensi lembaga tersebut akan tetap bertahan.⁶

Fenomena yang sering ditemukan adalah lembaga yang tidak punya nama baik di masyarakat yang pada akhirnya akan mati. Hal ini dikarenakan sekolah tidak mampu menjalin hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat pendukungnya. Dengan berbagai alasan, masyarakat tidak mau menggunakan jasa suatu lembaga untuk anaknya, pada akhirnya membuat lembaga mati dengan sendirinya. Demikian pula sebaliknya, sekolah/lembaga yang bermutu akan dicari bahkan, masyarakat akan membayar dengan biaya mahal, asalkan anaknya diterima di lembaga tersebut.⁷

Selain faktor kualitas dan harga, lingkungan ataupun fasilitas lembaga menjadi pemicu masyarakat menjatuhkan pilihannya. Suasana kampus, fasilitas laboratorium, ruang belajar, dan perpustakaan cukup menjadi penilaian tersendiri bagi masyarakat untuk memilih menggunakan jasa pendidikan lembaga tertentu.⁸ Sehingga, yang terjadi di kalangan lembaga pendidikan adalah pemenuhan sarana dan fasilitas yang memadai untuk dijadikan andalan penawaran kepada masyarakat.

Dari fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat, tentunya memaksa penyedia jasa pendidikan untuk menghimpun apa yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat, tanpa mengesampingkan substansi dari pendidikan. Begitupun dengan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.⁹ FITK UIN Walisongo Semarang dituntut mampu menyikapi secara profesional atas fenomena yang ada di masyarakat Indonesia. FITK UIN Walisongo

⁶Sumber Belajar Malang “Masyarakat dan Pendidikan”, <https://sumberbelajarsmkn10.wordpress.com/2013/01/18/masyarakat-dan-pendidikan/>, diakses pada 15 Maret 2016, pukul 21.45 WIB

⁷Sumber Belajar Malang “Masyarakat dan Pendidikan”, <https://sumberbelajarsmkn10.wordpress.com/2013/01/18/masyarakat-dan-pendidikan/>, diakses pada 15 Maret 2016, pukul 21.45 WIB

⁸Eka Umi Kalsum, “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Medan”, *Abdi Ilmu*, (Vol. III, No. 1, April/2010), hlm. 332

⁹ Untuk selanjutnya cukup memakai FITK dan UIN

Semarang harus menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Selain itu, era globalisasi telah mendorong timbulnya persaingan yang sangat kompetitif dalam pendidikan. Meskipun pada kenyataannya, persaingan akan membawa konsekuensi bagi perguruan tinggi agar dapat bertahan dan mencapai target yang telah direncanakan. Seketika apapun persaingan yang ada, setiap lembaga harus bersikap jujur dalam menjalankan bisnis, seperti halnya perdagangan, perniagaan, dan atau jual beli baik yang berupa barang maupun jasa. Sebagaimana yang sudah difirmankan oleh Allah di dalam Al-Qur'an surat asy-Syu'ara/26:181-183 yang berbunyi:

﴿أَوْفُوا أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
 الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ
 ﴿١٨٣﴾﴾

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.(Q.S asy-Syu'ara/26:181-183).¹⁰

Sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan yang masih bertahan di tengah ketatnya persaingan pendidikan dan menjadi idola para mahasiswa baru yang masuk UIN Walisongo Semarang¹¹, sayogyanya memfokuskan strategi bauran pemasarannya (*Marketing Mix*) yang terdiri atas *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Hal ini dimaksudkan agar mahasiswa lebih memilih Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang sebagai lembaga pendidikan yang diminati mahasiswa untuk melanjutkan studinya.

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka*, (Jakarta: Kalim, 2011), hlm. 375

¹¹<http://news.okezone.com/read/2012/06/11/373/644874/iain-walisongo-terima-1-580-mahasiswa>, diakses pada 03 Desember 2015, pukul 21.00 WIB

Minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kecenderungan untuk meneruskan studi di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang.

Sampai saat ini FITK UIN Walisongo Semarang masih bertahan dengan kategori fakultas yang memiliki jumlah mahasiswa baru terbanyak di lingkungan UIN Walisongo Semarang. Hal ini dapat ditunjukkan dengan jumlah mahasiswa baru pada tahun ajaran semester gasal 2014/2015 sebanyak 967 dari 2.790 mahasiswa yang masuk di Walisongo Semarang. Adapun rincian mahasiswa baru yang masuk pada tahun ajaran 2014/2015 adalah Fakultas Dakwah dan Komunikasi 479 mahasiswa, Fakultas Syariah 560 mahasiswa, Fakultas Ushuluddin 329 mahasiswa, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 255 mahasiswa.¹²

Pada tahun ajaran 2015/2016 mahasiswa FITK dengan jumlah 1.055 mahasiswa dari 3.363 mahasiswa. Adapun rincian mahasiswa baru yang masuk di delapan fakultas UIN Walisongo Semarang, yaitu Fakultas Sains dan Teknologi 115, Fakultas Psikologi dan Kesehatan 99, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik 109, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 510, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora 357, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan 1.055, Fakultas Syari'ah dan Hukum 585, dan Fakultas Dakwah dan Komunikasi 533.¹³

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka perlu diadakan penelitian yang berkaitan dengan bauran pemasaran jasa, untuk menguji kembali dan mengetahui besaran bauran pemasaran (*Marketing Mix*) meliputi produk, harga, tempat, dan promosi yang mampu mempengaruhi minat mahasiswa memilih dan memutuskan untuk melanjutkan studinya di FITK UIN Walisongo Semarang, dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Minat Mahasiswa Masuk Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang”.

¹²Wawancara dengan Kepala Bagian Akademik FITK UIN Walisongo Semarang, Bapak Ali Mustain pada tanggal 21 maret 2016 pukul 10.30 WIB

¹³<http://berita.suaramerdeka.com/3-363-mahasiswa-baru-uin-walisongo-ikuti-opak/>, diakses pada 03 Oktober 2015, pukul 20.00 WIB

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut dapat dirumuskan dalam penelitian karya ilmiah ini sebagai berikut.

1. Apakah produk jasa pendidikan di FITK UIN Walisongo Semarang berpengaruh terhadap minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang?
2. Apakah harga jasa pendidikan di FITK UIN Walisongo Semarang berpengaruh terhadap minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang?
3. Apakah lokasi jasa pendidikan di FITK UIN Walisongo Semarang berpengaruh terhadap minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang?
4. Apakah promosi jasa pendidikan di FITK UIN Walisongo Semarang berpengaruh terhadap minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang?
5. Apakah produk, harga, lokasi, dan promosi jasa pendidikan di FITK UIN Walisongo Semarang secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang berjudul “Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Minat Mahasiswa Masuk Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang” bertujuan untuk:

1. Mengetahui besaran pengaruh kualitas produk jasa pendidikan di FITK UIN Walisongo Semarang terhadap minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang.
2. Mengetahui besaran pengaruh kualitas harga jasa pendidikan di FITK UIN Walisongo Semarang terhadap minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang.

3. Mengetahui besaran pengaruh lokasi jasa pendidikan di FITK UIN Walisongo Semarang terhadap minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang.
4. Mengetahui besaran pengaruh promosi jasa pendidikan di FITK UIN Walisongo Semarang terhadap minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang.
5. Mengetahui besaran produk, harga, lokasi, dan promosi jasa pendidikan di FITK UIN Walisongo Semarang secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran jasa pendidikan. Selain itu, penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui perilaku konsumen pendidikan (*Stakeholder*), serta menguji teori tentang *Marketing Mix*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pihak Perguruan Tinggi

Adapun manfaat adanya penelitian ini bagi Perguruan Tinggi adalah untuk memahami perilaku pembeli, yang mampu menjadi pedoman untuk mengembangkan strategi pemasaran guna memperbanyak mahasiswa memutuskan untuk melanjutkan studi di FITK UIN Walisongo Semarang.

b. Bagi penulis

Manfaat penelitian bagi penulis adalah sebagai sarana menambah khazanah keilmuan, mengasah pemikiran, membangun cara berfikir, dan menerapkan teori manajemen yang diperoleh di masa perkuliahan.