

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia terus berkembang seiring dengan kemajuan zaman. Pada saat ini masyarakat mulai memasukan berbagai macam kebutuhan baru sebagai bagian dari kebutuhan dasar. Salah satu contoh kebutuhan tersebut adalah kebutuhan akan pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu kebutuhan yang menjadi prioritas bagi sebagian besar masyarakat. Pendidikan dianggap penting dalam menunjang aktivitas sehari-hari, khususnya untuk bertahan di era globalisasi yang menginginkan manusia untuk dapat terus meningkatkan kualitasnya.

Di era globalisasi seperti sekarang ini, pendidikan memiliki peran penting dalam rangka peningkatan kualitas hidup seseorang. Pendidikan yang tinggi memang bukan suatu syarat mutlak untuk mencapai kesuksesan. Tetapi paling tidak, melalui pendidikan seseorang dapat memiliki kemampuan dan keahlian tertentu yang berguna bagi kehidupan di masa yang akan datang. Untuk itu cukup banyak masyarakat yang memiliki harapan agar dapat melanjutkan dan menyelesaikan pendidikannya hingga ke jenjang paling tinggi. Meskipun masih ada pula sebagian dari masyarakat yang memilih untuk bekerja dan tidak melanjutkan pendidikannya hingga ke jenjang paling tinggi.

Ketika seseorang memilih untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, maka individu tersebut akan dihadapkan pada berbagai macam pilihan. Salah satunya ialah berkaitan dengan adanya beragam pilihan institusi (lembaga) pendidikan. Hal ini dapat menyebabkan munculnya berbagai pertimbangan ketika

seseorang akan memutuskan untuk melanjutkan pendidikan pada suatu lembaga perguruan tinggi, mengingat saat ini cukup banyak perguruan tinggi negeri maupun swasta yang menawarkan berbagai alternatif pilihan bagi calon mahasiswa.

Dalam memilih pendidikan di suatu lembaga perguruan tinggi calon mahasiswa akan mencari lembaga pendidikan yang dapat memberikan jasa pendidikan yang sesuai dengan minatnya. Umumnya calon mahasiswa lebih tertarik masuk perguruan tinggi negeri, tetapi akibat tingginya tingkat persaingan untuk masuk di perguruan tinggi negeri maka banyak calon mahasiswa yang gagal masuk perguruan tinggi negeri, sehingga bagi yang gagal umumnya akan memilih melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi swasta.

Salah satu lembaga pendidikan tinggi negeri yang terakreditasi A di Sumatera Utara ialah Universitas Negeri Medan. Universitas Negeri Medan menawarkan berbagai alternatif pilihan jurusan dan program studi. Saat ini di Universitas Negeri Medan terdapat tujuh fakultas yaitu: Fakultas Bahasa dan Seni, Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Sosial, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Fakultas Teknik, dan juga program Pascasarjana.

Fakultas Ekonomi merupakan salah satu fakultas terfavorit di Universitas Negeri Medan. Fakultas Ekonomi memiliki tujuh program studi yaitu: Prodi Pendidikan Ekonomi, Prodi Pendidikan Akuntansi, Prodi Akuntansi, Prodi Pendidikan Bisnis, Prodi Administrasi Perkantoran, Prodi Manajemen, dan Prodi Ilmu Ekonomi. Setiap tahun Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan membuka pendaftaran untuk mahasiswa baru. Berikut adalah data jumlah

mahasiswa baru selama tiga tahun terakhir pada Program Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Tabel 1.1

**Data Jumlah Mahasiswa Baru Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan
Tahun 2017-2019**

No	Program Studi	Daya Tampung			Daftar Ulang		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1	Pendidikan Ekonomi	110	110	120	103	104	110
2	Pendidikan Akuntansi	110	110	80	92	100	73
3	Pendidikan Bisnis	110	70	80	90	53	60
4	Pendidikan Administrasi Perkantoran	110	70	80	96	61	69
5	Manajemen	110	110	120	108	106	117
6	Akuntansi	110	110	120	107	102	118
7	Ilmu Ekonomi	-	70	120	-	62	96
Total		660	650	720	596	588	643

Sumber : BAAK Universitas Negeri Medan tahun 2019

Berdasarkan data pada tabel 1.1, dapat diketahui bahwa terjadi fluktuasi pada jumlah mahasiswa yang mendaftar ulang dan memutuskan untuk menjadi mahasiswa baru pada Program Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hal ini terlihat dari fluktuasi jumlah mahasiswa yang melakukan daftar ulang pada masing-masing program studi yang ditawarkan oleh Program Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Dari tabel 1.1 diketahui pada tahun 2017 jumlah mahasiswa yang diterima di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan sebanyak 660 orang, namun yang melakukan daftar ulang hanya 596 orang. Sedangkan pada tahun 2018 dari jumlah mahasiswa yang diterima sebanyak 650 orang dan yang melakukan daftar ulang hanya 588 orang. Sedangkan pada tahun

2019 dari jumlah mahasiswa yang diterima sebanyak 720 orang dan yang melakukan daftar ulang hanya 643 orang.

Dari data di atas dimana tidak konsistennya jumlah mahasiswa yang mendaftar ulang, mengindikasikan bahwa terdapat masalah dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikannya di Program Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Keputusan mahasiswa untuk memilih melanjutkan pendidikan pada suatu institusi pendidikan dan jurusan tertentu dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian yang dilakukan oleh Anwar dan Budiman (2019) menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa untuk memilih jurusan akuntansi pada perguruan tinggi yang ada di Bandar Lampung dipengaruhi faktor *brand image* dan lapangan pekerjaan. Kabeakan (2016) menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa memilih kuliah di fakultas pertanian Universitas Islam Sumatera Utara dipengaruhi oleh faktor sosial dan citra merek.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diidentifikasi bahwa *Brand image* (citra merek) dan persepsi peluang kerja merupakan dua dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

Supranto & Limakrisna (2011:45) menyatakan bahwa Citra merek (*brand image*) ialah apa yang konsumen pikir atau rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek atau pada intinya apa yang konsumen telah pelajari tentang merek. *Brand image* (citra merek) perguruan tinggi menjadi hal yang penting untuk diperhatikan siswa, karena citra merek (*brand image*) mempunyai peran penting

dalam mempengaruhi perilaku pembelian. Perguruan tinggi dengan *brand image* (citra merek) yang baik akan lebih diprioritaskan oleh siswa, karena pencitraan yang baik pada suatu perguruan tinggi dapat menjadi nilai positif di mata konsumen yang dapat memberikan gambaran mengenai kualitas perguruan tinggi tersebut. Selain itu citra merek juga berguna untuk menentukan pasar sasaran yang dipilih. Di era persaingan yang begitu ketat, pihak terkait yaitu universitas harus mengeksplorasi sepenuhnya aset-aset yang dimiliki demi memaksimalkan kinerja dan mengembangkan keunggulan kompetitif. Salah satu cara untuk mencapai keunggulan bersaing tersebut adalah dengan usaha mengembangkan nama perguruan tinggi sehingga memiliki *brand image* yang kuat di mata masyarakat. Karena melalui *brand image* yang positif di mata masyarakat, maka citra tersebut akan terus ada di benak masyarakat dan menimbulkan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan jasa pendidikan yang ditawarkan.

Berdasarkan data BAAK Universitas Negeri Medan pada September 2019 Fakultas Ekonomi memiliki 2.497 orang mahasiswa aktif. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan tidak hanya berasal dari kota Medan dan kabupaten di Provinsi Sumatera Utara saja, tetapi banyak juga yang berasal dari luar Sumatera Utara bahkan terdapat pula mahasiswa yang berasal dari luar Pulau Sumatera. Hal ini menunjukkan bahwa Fakultas Ekonomi Unimed memiliki citra yang cukup baik dimata konsumennya. Kemudian, berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan kepada 30 orang responden yang merupakan mahasiswa angkatan 2019, sebagian besar responden menyatakan bahwa sebelum memutuskan untuk melanjutkan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan,

mahasiswa telah mengetahui mengenai informasi terkait dengan Fakultas Ekonomi. Informasi tersebut diperoleh melalui kerabat, alumni, serta media cetak dan elektronik. Sebagian besar responden bahkan telah memiliki gambaran yang baik mengenai Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hal ini menunjukkan bahwa *brand image* (citra merek) memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk melanjutkan studi di perguruan tinggi. Berikut ini data hasil observasi awal mengenai *brand image* yang dimiliki Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Tabel 1.2

Data *Brand Image* Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

No	Pernyataan	Jawaban Responden			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Saya mengetahui informasi terkait dengan Fakultas Ekonomi Unimed baik dari kerabat, alumni, maupun media cetak dan elektronik sebelum memutuskan melanjutkan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.	25	80%	5	20%
2	Saya memiliki gambaran yang baik terkait dengan Fakultas Ekonomi Unimed.	27	90%	3	10%

Sumber : Hasil Observasi awal

Selain citra merek (*brand image*), Faktor lain yang berpengaruh terhadap minat untuk melanjutkan studi adalah persepsi peluang kerja. Gilarso (2008:93) menyatakan bahwa “Dalam memilih sekolah harus tepat, pendidikan yang dipilih itu betul-betul harus mempersiapkan generasi muda agar kelak dikemudian hari mendapatkan tempat kerja, melatih ketrampilan yang benar-benar dibutuhkan dalam pembangunan”. Dengan rendahnya kualitas dan meningkatnya kuantitas

tenaga kerja saat ini akan terjadi persaingan yang semakin kompetitif dalam memperebutkan lapangan pekerjaan. Untuk itu pemahaman informasi tentang peluang kerja pada program pendidikan yang dipilih sangat penting sehingga individu menyadari bagaimana keadaan peluang kerja saat ini. Dengan mempunyai persepsi peluang kerja, individu akan mempunyai pandangan ke depan tentang karir dan cita-citanya sehingga individu tersebut akan lebih mempersiapkan diri sejak awal, salah satunya dengan memilih kompetensi keahlian tertentu di lembaga pendidikan yang sesuai dengan orientasi karir masa depannya. Berdasarkan Hasil observasi awal yang dilakukan kepada 30 orang responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan angkatan 2019 dapat diketahui bahwa secara umum mahasiswa memiliki persepsi peluang kerja yang cukup baik. Sebagian besar responden meyakini bahwa lulusan Fakultas Ekonomi akan mampu diserap dan dibutuhkan oleh dunia kerja. Selain itu responden secara umum juga memiliki keyakinan bahwa program pendidikan yang dipilih kelak akan memberikan peluang kerja yang sesuai dengan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama menempuh pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi peluang kerja memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk melanjutkan studi di perguruan tinggi. Berikut ini data hasil observasi awal mengenai persepsi peluang kerja yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Tabel 1.3
Data Persepsi Peluang Kerja Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Medan

No	Pernyataan	Jawaban Responden			
		Yakin	Persentase	Tidak Yakin	Persentase
1	Saya percaya bahwa lulusan Fakultas Ekonomi Unimed akan mampu diserap dan dibutuhkan oleh dunia kerja.	24	80%	6	20%
2	Saya percaya bahwa Program studi yang saya pilih di Fakultas Ekonomi Unimed akan memberikan peluang kerja yang sesuai dengan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama menempuh pendidikan.	21	70 %	9	30%

Sumber : Hasil Observasi Awal

Berdasarkan penjelasan di atas terdapat dua faktor yang melandasi keputusan mahasiswa untuk melanjutkan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yaitu faktor *brand image* dan persepsi peluang kerja. Dengan demikian penelitian ini akan mengangkat judul yaitu **“Pengaruh *Brand Image* dan Persepsi Peluang Kerja Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Melanjutkan Studi Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Munculnya berbagai pertimbangan ketika seseorang akan memutuskan untuk melanjutkan pendidikan pada suatu lembaga perguruan tinggi.

2. Terjadi fluktuasi pada jumlah mahasiswa yang mendaftar ulang dan memutuskan untuk menjadi mahasiswa baru pada Program Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Di era persaingan yang begitu ketat, pihak terkait yaitu universitas harus mencapai keunggulan bersaing dengan usaha mengembangkan nama perguruan tinggi sehingga memiliki *brand image* yang kuat di mata masyarakat.
4. Dengan rendahnya kualitas dan meningkatnya kuantitas tenaga kerja saat ini akan terjadi persaingan yang semakin kompetitif dalam memperebutkan lapangan pekerjaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk memperjelas permasalahan yang akan diteliti sehingga penelitian ini mencapai sasaran dan tujuan yang diharapkan, maka penulis membuat batasan masalah dalam penelitian ini. Pembatasan masalah dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Citra merek (*brand image*) yang diteliti adalah citra merek (*brand image*) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Persepsi peluang kerja yang diteliti adalah persepsi peluang kerja dari pandangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Angkatan 2019.
3. Keputusan melanjutkan studi ke perguruan tinggi yang diukur adalah keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Angkatan 2019 melanjutkan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Melanjutkan Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
2. Apakah ada pengaruh Persepsi Peluang Kerja terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Melanjutkan Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
3. Apakah ada pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Peluang Kerja secara bersama-sama terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Melanjutkan Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Melanjutkan Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Peluang Kerja terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Melanjutkan Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Peluang Kerja secara bersama-sama terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Melanjutkan Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan khususnya berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk melanjutkan studi pada suatu Perguruan tinggi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

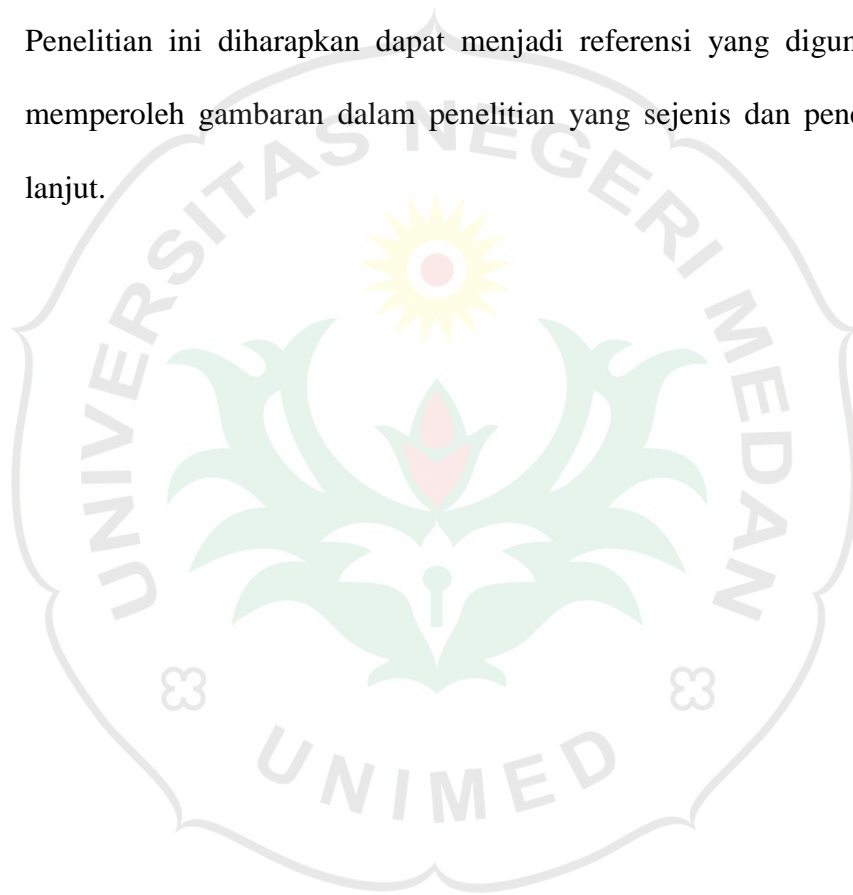
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman serta pengetahuan peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk melanjutkan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan sehingga peneliti dapat ikut menyumbangkan pemikiran terhadap Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

b. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara konkret mengenai variabel-variabel yang secara signifikan mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan di Fakultas Ekonomi sehingga dapat menjadi bahan evaluasi serta masukan bagi pihak pengelola Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan untuk terus menjaga eksistensi Fakultas Ekonomi di masa mendatang.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang digunakan untuk memperoleh gambaran dalam penelitian yang sejenis dan penelitian lebih lanjut.



THE
Character Building
UNIVERSITY