

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perguruan tinggi saat ini memperoleh perhatian yang cukup tajam dari berbagai kalangan. Kondisi ini disebabkan oleh munculnya fenomena dari berbagai kalangan terhadap lulusan perguruan tinggi yang dinilai belum siap masuk ke dunia kerja. Disisi lain, dalam realita di Indonesia tingginya jumlah perguruan tinggi dari berbagai jurusan menuntut pengelola perguruan tinggi melakukan pembenahan internal sebagai solusi terhadap penilaian masyarakat seperti yang diuraikan diatas. Berbagai upaya peningkatan kualitas layanan banyak dilakukan seperti meningkatkan mutu layanan termasuk fasilitas penunjang demi memperlancar proses belajar mengajar dan memberikan layanan yang terbaik bagi para mahasiswanya.

Disamping upaya di atas, realita banyaknya jumlah perguruan tinggi di Indonesia saat ini perlu disikapi dengan strategi yang tepat. *Image* yang dimiliki oleh sebagian masyarakat tentang mahalnya biaya kuliah memerlukan strategi tersendiri bagi perguruan tinggi agar memperoleh animo positif di masyarakat. Beberapa perguruan tinggi menetapkan strategi biaya yang dinilai akan memperoleh respon positif. Dari aspek pemasaran, kebijakan biaya kuliah perguruan tinggi merupakan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk dapat menarik minat masyarakat. Fenomena yang terjadi saat ini, dari

sejumlah 1465 perguruan tinggi swasta di Indonesia, tidak semua memenuhi kriteria minat, biaya dan prospek yang sudah ditentukan.

Banyak diantara masyarakat atau calon mahasiswa menganggap kuliah atau belajar di perguruan tinggi adalah sesuatu hal yang “mewah” karena belajar di perguruan tinggi memerlukan biaya yang cukup mahal. Biaya yang diperlukan untuk belajar di perguruan tinggi dinilai terlalu mahal untuk masyarakat dengan skala ekonomi menengah kebawah (*middle-low*). Hal ini sering menjadi hambatan bagi perguruan tinggi dalam mendapatkan mahasiswa sehingga perguruan tinggi mengalami penurunan jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun. Maka perguruan tinggi harus lebih peka dalam menyikapi kebijakan penetapan harga agar tidak dinilai terlalu mahal.

Hal ini mengakibatkan masyarakat menjadi lebih selektif dalam mempertimbangkan biaya kuliah di perguruan tinggi yang diminatinya. Hindari perguruan tinggi swasta yang biaya kuliahnya terlalu mahal, atau terlalu jauh dari tempat tinggal sehingga biaya yang dikeluarkan akan terlalu mahal (PTS Online, 2007).

Bagi masyarakat pada umumnya dan calon mahasiswa pada khususnya, biaya kuliah merupakan salah satu alasan dalam menetapkan pilihan bergabung pada perguruan tinggi tertentu, disamping kualitas perguruan tinggi secara keseluruhan. Dalam hal ini, kebijakan biaya kuliah akan mempengaruhi penilaian dan perilaku masyarakat terhadap perguruan tinggi.

Kebijakan penetapan biaya kuliah akan sampai kepada masyarakat melalui informasi biaya kuliah dalam bentuk brosur, yang berisi rincian biaya

kuliah dan fasilitas yang diberikan. Secara logika dalam kondisi persaingan perguruan tinggi saat ini, biaya kuliah yang diinformasikan melalui media seperti brosur-brosur yang diberikan akan membangun persepsi dan pola pikir masyarakat terhadap perguruan tinggi. Sebagian masyarakat sering mengkaitkan antara biaya kuliah dengan kualitas perguruan tinggi.

Dari aspek pemasaran dan perilaku konsumen, secara logis masyarakat akan lebih selektif dalam membuat suatu keputusan dalam pemanfaatan produk barang atau jasa, termasuk dalam memilih perguruan tinggi. Hal ini dikarenakan pengalaman masyarakat tentang harga suatu produk dan kualitas produk yang akan digunakan. Masyarakat dalam hal ini calon mahasiswa akan memperhatikan biaya kuliah sebelum mereka mengambil keputusan untuk memilih perguruan tinggi yang diminati.

Belajar merupakan hak setiap orang. Akan tetapi, kegiatan belajar di suatu perguruan tinggi merupakan suatu *privilege* karena hanya orang yang memenuhi syarat saja yang berhak belajar di lembaga pendidikan tersebut (Suwardjono, 2005). Belajar di perguruan tinggi tidak hanya mempertimbangkan faktor fisik dan sumber daya manusia, tetapi faktor keuangan juga menjadi faktor yang perlu untuk dipertimbangkan. Dalam hal ini masyarakat akan membandingkan biaya yang dibutuhkan di suatu perguruan tinggi dengan *reference price* yang mereka miliki.

Bagi perguruan tinggi, fenomena tingginya biaya kuliah di perguruan tinggi baik perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta merupakan dilema tersendiri. Hal ini khususnya dialami oleh perguruan tinggi

swasta yang mulai mengalami penurunan jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun, termasuk Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jika UMY menurunkan biaya kuliah mungkin akan menarik minat para calon mahasiswa, akan tetapi jika biaya kuliah diturunkan maka fasilitas yang diberikan tidak akan optimal. Hal ini yang menjadi pertimbangan UMY dalam meninjau ulang biaya kuliah yang ditetapkan.

Di sisi lain, realitas yang dihadapi oleh perguruan tinggi pada akhir tahun akademik 2006/2007 adalah adanya persaingan yang semakin ketat antara perguruan tinggi baik swasta maupun perguruan tinggi negeri. Hal ini disebabkan masyarakat lebih selektif ketika memilih perguruan tinggi. Salah satu faktor yang menjadi pertimbangan adalah biaya kuliah. Secara logis, seorang konsumen akan mempertimbangkan faktor harga sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan jasa. Mereka akan membandingkan harga suatu produk atau jasa dan manfaat yang diperolehnya dengan harga dan manfaat produk atau jasa yang lain. Demikian pula dalam memilih perguruan tinggi, kebijakan dan strategi harga yang ditetapkan oleh perguruan tinggi akan menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih perguruan tinggi yang akan dipilih.

*Reference price* adalah semua harga yang menjadi patokan konsumen dalam menilai harga yang lain (Schiffman & Kanuk, 2004 dalam Anandya, 2005). Dalam kasus perguruan tinggi, *reference price* merupakan persepsi masyarakat terhadap biaya perkuliahan. *Reference price* yang dimiliki oleh

masyarakat selalu dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dalam memilih perguruan tinggi.

Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif yang ingin mengeksplorasi bagaimana konsumen memproses informasi biaya kuliah yang saling melengkapi (produk komplemen yang diperoleh serta faktor apa yang berperan dalam proses pengolahan informasi harga tersebut). Secara lebih dalam penelitian ini ingin menggali apakah manusia mengembangkan pola pikir tertentu ketika menilai harga dua produk komplemen.

Studi tentang *reference price* penting dilakukan karena saat ini perguruan tinggi menghadapi persaingan dalam memperoleh mahasiswa, mengingat fenomena penurunan jumlah mahasiswa yang dialami. Alasan lain, penelitian mengenai pengaruh *reference price* terhadap keputusan memilih perguruan tinggi belum banyak memperoleh perhatian. Penelitian di Indonesia yang dilakukan Anandya (2005) mengungkapkan bahwa teori mengenai bagaimana konsumen mengolah informasi tentang harga selalu merujuk pada *reference price*. Penelitian ini juga dilakukan karena alasan bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang dilakukan konsumen dalam memilih, membeli, menggunakan, menilai serta mengatur barang-barang dan jasa yang dibutuhkan sehingga dapat memberikan kepuasan baginya (Haryanto, 2000), termasuk perilaku konsumen terhadap perguruan tinggi sebagai penyelenggara jasa pendidikan.

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian Anandya (2005) yang memaparkan tentang pengaruh *reference price* terhadap keputusan tentang

harga. Hasil penelitian yang dilakukan Anandya (2005) menunjukkan bahwa konsumen akan mencoba mengingat harga suatu produk dari pengalaman *reference price* yang dimilikinya saat mereka melihat suatu produk untuk pertama kalinya. Dalam penelitian lain yang dilakukan Haryanto (2000) diperoleh kesimpulan bahwa konsumen akan semakin cermat dalam menentukan suatu produk dan lebih cermat dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam perguruan tinggi keputusan pembelian merupakan keputusan memilih perguruan tinggi yang diminati.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini mengambil judul “**Studi Eksperimentasi *Reference Price* dan Faktor yang Berperan dalam Keputusan Konsumen tentang Harga pada Perguruan Tinggi**”.

## **B. Batasan Masalah**

Untuk menjaga permasalahan dalam penelitian ini agar tidak terlalu luas dan pembahasan lebih mengarah pada masalah yang diteliti maka dalam penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah, yaitu:

1. Penelitian ini merupakan studi kasus yang belum dapat digeneralisasikan.
2. Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah SMA Negeri 1 Sewon Bantul.
3. Responden yang digunakan dalam penelitian ini hanya siswa kelas XII IPS 2 dan siswa kelas XII IPS 4.

### C. Perumusan Masalah

Masyarakat mempunyai persepsi mengenai biaya kuliah pada suatu perguruan tinggi. Mereka akan mempertimbangkan biaya kuliah pada perguruan tinggi yang mereka minati dengan *reference price* yang mereka miliki tentang perguruan tinggi tersebut. Berdasar logika diatas, untuk kasus di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) masyarakat akan memilih UMY apabila biaya kuliah di UMY lebih rendah dari persepsi mereka terhadap biaya kuliah di UMY.

Dari logika di atas maka perumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

**Bagaimanakah *reference price* mempengaruhi pola pikir calon mahasiswa dalam menilai biaya kuliah di suatu perguruan tinggi ?**

### D. Tujuan Penelitian

Masyarakat akan menggunakan persepsi mereka tentang biaya kuliah disuatu perguruan tinggi. *Reference price* merupakan hal yang penting diperhatikan karena masyarakat selalu membandingkan biaya kuliah dengan *reference price* mereka miliki, dalam hal ini adalah persepsi masyarakat tentang biaya kuliah di UMY.

Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi pengaruh *reference price* terhadap pola pikir calon mahasiswa dalam menilai biaya kuliah pada suatu perguruan tinggi.

### **E. Manfaat Penelitian**

- 1) Bagi teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan teori mengenai pengaruh *reference price* dalam membentuk pola pikir dan persepsi konsumen terhadap harga suatu layanan jasa, dalam hal ini perguruan tinggi.
- 2) Bagi perguruan tinggi, penelitian ini bermanfaat dalam menyusun kebijakan tentang harga yang sesuai. Hasil penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan kebijakan selanjutnya mengenai biaya kuliah di UMY yang sesuai dengan harapan dan persepsi masyarakat.
- 3) Bagi peneliti, bermanfaat sebagai proses *updating* pengetahuan.