

BAB I

LATAR BELAKANG

A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan kebutuhan yang sangat pokok diluar sandang, pangan dan papan. Seseorang yang berpengetahuan tinggi akan memiliki pemikiran yang lebih luwes dan rasional dibandingkan dengan seseorang tanpa pengetahuan yang cukup. Seiring waktu terbentuklah suatu system dan proses yang didesain agar pendidikan tersebut mampu dengan tepat dapat diserap lebih mudah oleh seseorang, maka lahirlah system pendidikan bertingkat dari tingkat dasar hingga tingkat atas.

Standarisasi pendidikan Indonesia menerapkan wajib belajar 9 tahun atau tingkat SLTP, tingkat pendidikan tersebut sebenarnya hanya akan melahirkan SDM dengan strata kualitas terendah, maka beberapa daerah khususnya di kota-kota besar secara tidak langsung mulai mengejar target pendidikan minimal 12 tahun atau lulus SLTA. Pada strata ini kualitas SDM masih sangat banyak dibutuhkan oleh perusahaan, tetapi masih terbatas pada level tertentu.

Sarjana merupakan kebutuhan minimal yang menjadi standart penerimaan kerja diperusahaan-perusahaan bertaraf nasional dan beberapa perusahaan multi nasional. Kebutuhan akan gelar tersebut pada akhirnya melahirkan keinginan masyarakat untuk melanjutkan sekolah pada level perguruan tinggi, dari sinilah terjadi persaingan yang signifikan untuk

mendapatkan kesempatan menempuh study pada perguruan tinggi negeri yang notabene lebih diperhitungkan daripada lulusan perguruan tinggi swasta.

Yogyakarta sebagai kota pelajar yang memiliki dua perguruan tinggi negeri yaitu Universitas Gajah Mada dan Universitas Negeri Yogyakarta. Daya tarik pelajar untuk melanjutkan pendidikan ke kedua perguruan tinggi negeri tersebut terdorong karena berbagai macam faktor. Yogyakarta merupakan kota dengan latar belakang budaya yang ramah, sehingga kenyamanan untuk belajar di kota ini sangat mempengaruhi keinginan calon mahasiswa. Yogyakarta juga memiliki kelebihan dalam sektor finansial, dimana nilai yang dibutuhkan untuk konsumsi dikota ini lebih rendah dari kota-kota besar lain, khususnya dalam ketersediaan pangan dan tempat tinggal.

Daya tarik yang tinggi yang mempengaruhi minat untuk melanjutkan pendidikan diperguruan tinggi tersebut mendorong lahirnya berbagai komoditas perekonomian pendukung dan mendorong ekonomi mengembangkan usaha dengan melihat peluang tersebut, salah satunya yaitu lahirlah berbagai lembaga pendidikan yang didesain sebagai lembaga bimbingan untuk menembus tes ujian masuk perguruan tinggi negeri yang biasa disebut Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB).

Primagama dan Neutron merupakan lembaga pendidikan yang menyertakan program bimbingan menghadapi ujian SPMB menjadi salah satu unit usaha jasa yang utama, kedua lembaga pendidikan non sekolah ini termasuk pelopor dalam pengembangan system belajar cepat dan trik

menembus ujian SPMB. Prestasi kedua lembaga bimbingan tersebut dalam mengantar calon mahasiswa menembus perguruan tinggi negeri berdampak pada munculnya pesaing-pesaing baru, seiring waktu ternyata peluang tersebut cukup mendapatkan hasil yang memuaskan bagi pelopornya, dan terjadilah persaingan yaitu makin merebaknya usaha yang bergerak dibidang tersebut. Sony Sugema College (SSC), Gama Exacta dan Ganesha Operation merupakan generasi kedua yang melihat peluang bisnis tersebut dan eksis hingga saat ini.

Peningkatan jumlah lembaga bimbingan SPMB di Yogyakarta menyebabkan persaingan yang ketat untuk meraih konsumen. Agar dapat memenangkan persaingan dibutuhkan strategi pemasaran yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, setiap lembaga bimbingan SPMB saling membangun citra positif di kalangan konsumen untuk mendapatkan positif yang dapat berdampak pada kepuasan konsumen yang tidak hanya terbatas pada pelayanannya saja melainkan juga dipengaruhi oleh kualitas yang dihasilkan, supaya konsumen mau memilih lembaga bimbingan tersebut.

Kotler (1998) menyebutkan bahwa citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek. Sikap dan tindakan orang terhadap suatu obyek sangat ditentukan oleh citra obyek tersebut. Handayani (2006) menyebutkan bahwa citra adalah masyarakat terhadap perusahaan dan produknya. Suatu perusahaan yang ingin membangun citra positif melalui kualitas, maka dan penilaian konsumen

Citra lembaga bimbingan program SPMB akan mempengaruhi sikap dan pengambilan keputusan bagi calon peserta. Dalam keperluan ini, suatu lembaga bimbingan SPMB harus bersifat pro aktif, dalam proses pembentukan citra. Manajer pemasaran harus menyusun suatu strategi pemasaran yang handal untuk merangsang daya tarik bagi calon peserta, pemasar harus merumuskan harapannya tentang citra publik terhadap perusahaan didalam misi perusahaan (Suwarsono, 1996 dalam andayani, 2006).

Penelitian Handayani (2006) yang berfokus pada pengambilan keputusan studi mahasiswa di perguruan tinggi swasta mendefinisikan dimensi citra sebagai kualitas pendidikan, kualitas pelayanan, fasilitas dan ruang kuliah dan rendahnya biaya kuliah. Dimensi tersebut sangat relevan untuk diterapkan pada penelitian ini karena pada dasarnya lembaga bimbingan SPMB juga berperan sebagai lembaga pendidikan yang menawarkan berbagai fasilitas yang berfungsi sebagai daya tarik bagi calon konsumen, sehingga penulis memakai dimensi tersebut dan mengaplikasikan kedalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian “ **ANALISIS CITRA LEMBAGA BIMBINGAN SPMB DAN PENGARUHNYA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN OLEH CALON PESERTA BIMBINGAN SPMB 2008**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana telah diuraikan diatas, maka berikut ini disusunlah rumusan-rumusan masalah tersebut adalah, sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pendidikan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan ?
2. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan ?
3. Apakah fasilitas dan ruangan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan ?
4. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan ?
5. Apakah kualitas pendidikan, pelayanan, fasilitas dan ruangan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan?

C. Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini terfokus maka penulis merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh kualitas pendidikan terhadap pengambilan keputusan.
2. Menguji pengaruh pelayanan terhadap pengambilan keputusan.
3. Menguji pengaruh fasilitas dan ruangan terhadap pengambilan keputusan.
4. Menguji pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan.
5. Menguji pengaruh kualitas pendidikan, pelayanan, fasilitas dan ruangan dan harga secara simultan terhadap pengambilan keputusan.

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi lembaga bimbingan SPMB

Memberikan sumbangan pemikiran dan masukan bagi pihak manajemen dalam membangun citra yang bertujuan membangun daya tarik konsumen dalam pengambilan keputusan..

2. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis bagi study pengetahuan tentang citra dan pengambilan keputusan