

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk direncanakan menentukan produk, harga, tempat, dan mempromosikan serta mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Selain itu pemasaran juga mencakup usaha yang dimulai dari kegiatan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, yang menentukan usaha yang hendak dibuat serta menentukan cara promosi dan distribusi usaha tersebut yang kegiatannya saling berkaitan sebagai suatu sistem.

Bauran pemasaran adalah strategi produk, harga, promosi, dan penentuan yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pasar yang dituju. Namun berkembangnya ilmu pengetahuan tidak hanya dalam hal produk, harga, promosi, namun juga mengenai tempat/lokasi, orang, bukti fisik, proses. dan bauran pemasaran yang diketahui 4P untuk bauran pemasaran jasa di tambah 3P.

Adapun bauran pemasaran jasa pada fakultas ekonomi universitas islam riau produk (kualitas program studi yang ditawarkan), harga (biaya pendidikan), tempat (lokasi yang terjangkau), promosi (informasi yang akurat), orang karyawan (pelayanan), proses (belajar mengajar) bukti fisik (gedung perkuliahan, laboratorium). Bauran pemasaran jasa (7P) tersebut mungkin berdampak pada keputusan mahasiswa memilih kuliah di fakultas ekonomi universitas islam riau.

Maka dari bauran pemasaran jasa dapat diketahui mahasiswa mengambil keputusan untuk melanjutkan pendidikannya, di fakultas ekonomi universitas islam riau didasari oleh beberapa faktor yang mempengaruhi seperti produk (kualitas program studi yang ditawarkan), harga (biaya pendidikan), tempat (lokasi yang terjangkau), promosi (informasi yang akurat), orang karyawan (pelayanan), proses (belajar mengajar) bukti fisik (gedung perkuliahan, lobaratorium). Maka dari itu yang mempengaruhi mahasiswa mengambil keputusan untuk melanjutkan pendidikannya di fakultas ekonomi univervstas islam riau.

Keputusan mahasiswa memilih kuliah di fakultas ekonomi universitas islam riau didasari beberapa faktor diantaranya bauran pemasaran jasa yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik. Universitas islam riau adalah lembaga pendidikan swasta yang berada di kota pekanbaru, universitas islam riau, adalah universitas pertama yang ada di pekanbaru. Adapun maksud didirikannya universitas ini adalah untuk membantu pemerintah dalam memajukan pendidikan nasional disamping untuk membentuk manusia berilmu, beramal, dan bertanggung jawab atas dasar islam universitas ini memiliki beberapa fakultas diantaranya fakultas ekonomi universitas islam riau.

Fakultas ekonomi universitas islam riau merupakan lembaga pendidikan swasta yang berfungsi menyelenggarakan pendidikan, penelitian, fakultas ekonomi universitas islam riau mengelola 4 (empat) program studi, yaitu Ekonomi Pembangunan, Manajemen, dan Akuntansi/S1 serta program diploma III Akuntansi. Dalam 20 tahun terahir fakultas ekonomi universitas islam riau terus

mengalami peningkatan yang positif dengan jumlah peminat yang masuk cenderung mengalami peningkatan.

Dalam hal ini peneliti menggunakan fakultas ekonomi universitas islam riau sebagai objek penelitian karena fakultas ekonomi universitas islam riau merupakan tempat dan jurusan peneliti kuliah, dan lebih mudah dalam proses pengambilan data. Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil objek penelitian mahasiswa fakultas ekonomi universitas islam riau dari tahun 2012-2016.

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Yang Mendaftar, Lulus Dan Diterima Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Dari Tahun Akademik 2012-2015

Tahun akademik	Prodi Ekonomi Pembangunan	Prodi Manajemen	Prodi Akuntansi SI	Prodi Akuntansi D III
2011/2012				
Daftar	119	534	461	51
Lulus	120	514	437	50
Terima	103	418	361	40
2012/2013				
Daftar	70	624	466	29
Lulus	72	626	462	25
Terima	40	490	391	22
2013/2014				
Daftar	86	631	486	24
Lulus	85	549	459	22
Terima	69	475	367	19
2014/2015				
Daftar	123	765	586	34
Lulus	110	634	474	30
Terima	96	562	409	26
2015/2016				
Daftar	85	873	603	5
Lulus	97	741	518	5
Terima	80	648	473	-
Jumlah	1.355	9.084	6.953	382

Sumber: Tata Usaha Fak. Ekonomi UIR (2016)

Berdasarkan tabel diatas dapat di ketahui bahwa mahasiswa yang mengambil keputusan untuk kuliah di fakultas ekonomi universitas islam riau dari awal pendaftaran hingga kelulusan sampai pada penerimaan dan pada ahir duduk dibangku perkuliahan di fakultas ekonomi universitas islam riau mengalami peningkatan di prodi tertentu seperti prodi manajemen pada tahun 2012-2016 mengalami peningkatan yang di buktikan dengan tabel diatas, begitu juga dengan prodi Akuntansi SI, namun di prodi Ekonomi Pembangunan mengalami fluktuasi antara tahun 2012-2016, begitu juga dengan prodi Akuntansi D3.

Dalam mempersiapkan lulusannya untuk dapat bersaing di bursa kerja fakultas ekonomi memberikan fasilitas yang dapat digunakan mahasiswa seperti gedung, projector, perpustakaan, dan saran prasarana lainnya. Sehingga proses belajar mengajar dapat berjalan dengan maksimal, di setiap bidang studi terus melakukan inovasi dengan melakukan pembelajaran agar sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kebutuhan dunia kerja serta dengan memberikan kompetensi-kompetensi khusus untuk setiap jurusan. Disamping itu fakultas ekonomi universitas islam riau juga membekali lulusannya dengan wawasan keislaman melalui pembinaan-pembinaan keislaman agar memiliki integritas.

Maka dapat di pahami bahwa bauran pemasaran jasa merupakan suatu hal yang penting dalam mengembangkan suatu perusahaan yang sangat erat hubungannya dengan jasa untuk diperhatikan sehingga konsumen mengambil keputusan memilih produk atau jasa yang ditawarkan oleh instansi atau perusahaan tersebut.

Maka dari itu uraian di atas bauran pemasaran jasa mempunyai hubungan dengan keputusan mahasiswa memilih kuliah di fakultas ekonomi universitas islam riau. Namun sebelum memutuskan pembelian ada beberapa tahapan atau proses keputusan mahasiswa diantaranya pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian (Erwinsyah Putra, 2015)

Dari pemaparan diatas bahwa antara bauran pemasaran jasa, keputusan pembelian memiliki hubungan yang kuat sehingga diketahui mahasiswa yang memilih kuliah di fakultas ekonomi universitas islam riau sebagai tempat menimba ilmu atau tempat pendidikan mereka. Dan dapat kita ketahui bahwa pendidikan merupakan pembelajaran pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan, atau penelitian. Pendidikan sering terjadi di bawah bimbingan orang lain, tetapi juga memungkinkan secara otodidak.

Fakultas ekonomi universitas islam riau telah memberikan pelayanan terbaik dari segi pendidikan, sarana dan prasarana sehingga mahasiswa dalam proses belajar mengajar berjalan dengan baik. Sehingga tujuan dari fakultas ekonomi universitas islam riau dapat tercapai. Berdasarkan hal diatas, peneliti beranggapan bahwa penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih kuliah di fakultas ekonomi universitas islam riau sangat diperlukan terutama dalam strategi pemasaran untuk mempertahankan atau meningkatkan jumlah mahasiswa dimasa yang akan datang.

Maka dari itu dapat dilihat jumlah mahasiswa yang aktif di fakultas ekonomi universitas islam riau dapat di lihat dari data dibawah ini, dalam lima tahun terakhir.

Tabel 1.2
Jumlah Mahasiswa Yang Aktif Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Dari Tahun Akademik 2012-2015

Tahun Akademik	Prodi Ekonomi Pembangunan	Prodi Manajemen	Prodi Akuntansi SI	Prodi Akuntansi D III	Jumlah
2011/2012	103	418	361	40	922
2012/2013	40	490	391	22	943
2013/2014	69	475	367	19	930
2014/2015	96	562	409	26	1093
2015/2016	80	648	473	—	1201
					5.089

Sumber: Tata Usaha Fak. Ekonomi UIR (2016)

Berdasarkan tabel diatas dapat di ketahui bahwa di fakultas ekonomi universitas islam riau mengalami peningkatan di prodi tertentu seperti prodi manajemen pada tahun 2012-2016 mengalami peningkatan yang di buktikan dengan tabel diatas, begitu juga dengan prodi Akuntansi SI, namun di prodi Ekonomi Pembangunan mengalami fluktuasi antara tahun 2012-2016, begitu juga dengan prodi Akuntansi D III.

Hal ini tidak lepas dengan bauran pemasaran jasa yang diterapkan, pada fakultas ekonomi universitas islam riau produk (kualitas program studi yang ditawarkan), harga (biaya pendidikan), tempat (lokasi yang terjangkau), promosi (informasi yang akurat), orang karyawan (pelayanan), proses (belajar mengajar) bukti fisik (gedung perkuliahan, lobaratorium). Fakultas ekonomi universitas

Islam Riau merupakan perguruan tinggi swasta yang berada di Kota Pekanbaru yang saat ini mempunyai program menjadi fakultas ekonomi terbaik, maka dari itu perubahan yang dilakukan oleh fakultas ekonomi Universitas Islam Riau dalam mencapai keinginannya. Sehingga dilakukan percepatan, pembenahan, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan tercapainya tujuan fakultas ekonomi Universitas Islam Riau.

Maka dari itu ada beberapa fasilitas pendukung fakultas ekonomi Universitas Islam Riau yang disediakan untuk pembelajaran mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Riau di antara fasilitas tersebut adalah:

- Internet - Wireless
- Labor Komputer
- Labor Akuntansi
- Perpustakaan Fakultas
- Perpustakaan Referensi di Jurusan

Fakultas ekonomi Universitas Islam Riau mempunyai lembaga – lembaga dan pusat studi di antaranya sebagai berikut :

- Pusat Studi Ekonomi dan Bisnis (PUSEB)
- Pusat Pengembangan Manajemen dan Akuntansi (P2MA)
- Jurnal Ekonomi “KIAT”

Berdasarkan ulasan yang telah penulis sajikan di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul: “ Analisis Pengaruh Bauran

Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau (UIR) Pekanbaru”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah bauran pemasaran jasa (produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru ”.

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran jasa pada fakultas ekonomi universitas islam riau.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di fakultas ekonomi universitas islam riau pekanbaru.

1.4. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat secara akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis.

- b. Manfaat praktisi

Dapat mengetahui informasi tentang bagaimana mahasiswa memilih kuliah di fakultas ekonomi universitas islam riau pekanbaru.

- c. Manfaat bagi fakultas ekonomi universitas islam riau pekanbaru

Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi oleh fakultas ekonomi universitas islam riau sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan dalam kualitas produk dan pelayanan.

- d. Manfaat bagi peneliti

Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di fakultas ekonomi universitas islam riau pekanbaru.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian dengan tujuan untuk mempermudah penelaahan kandungan isi. Bagian ini terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, Tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini terdiri dari teori-teori yang mendukung penelitian ini, hasil penelitian terdahulu, hipotesis yaitu kesimpulan sementara tentang penelitian, dan operasional variabel.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari variabel penelitian dan definisi operasional, populasi, dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis mengemukakan mengenai gambaran umum perusahaan, struktur organisasi dan aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan terhadap objek penelitian dan interpretasi data.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bagian akhir atau penutup yang berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran yang diperoleh dari bab – bab sebelumnya.