

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini ilmu pengetahuan dan teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam berbagai bidang baik ekonomi, politik, maupun sosial. Perkembangan tersebut membawa perubahan-perubahan ke arah yang lebih maju dalam berbagai bidang. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam berbagai bidang tersebut tidak hanya bersifat fisik tetapi juga ekonomi dan sosial yang dipengaruhi oleh berbagai faktor baik faktor internal maupun faktor eksternal. Keadaan ini tentu saja juga berpengaruh dan berdampak besar terhadap lingkungan sekitar yang tentu saja secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap kondisi masyarakat sekitar lingkungan tersebut.

Pengaruh yang ditimbulkan dari adanya perubahan lingkungan fisik, sosial dan pemasaran mempunyai dampak yang besar terhadap keadaan masyarakat. Keadaan ini menyebabkan perubahan perilaku dalam masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung terutama terhadap pemenuhan kebutuhannya. Perubahan yang terjadi akan membawa ke kehidupan yang lebih kompleks dengan berbagai permasalahan dan pemenuhan kebutuhan hidup yang semakin kompleks juga.

Masyarakat menjadi seorang individu yang selalu ingin tujuan dan nilainya tercapai secara memuaskan bahkan ada kecenderungan untuk selalu berusaha memenuhi seluruh kebutuhan hidupnya tanpa ada batasnya.

Pengetahuan yang semakin tinggi dengan segala perkembangan yang ada pada akhirnya mengubah pola hidup dan karakteristik psikologis dari masyarakat tersebut. Kehidupan modern semakin lekat dalam masyarakat sebagai salah satu akibat dari adanya perubahan pembangunan dimana perubahan tersebut berdampak pada karakteristik demografis sehingga masyarakat mulai menunjukkan suatu sikap dan perilaku yang cenderung konsumtif.

Kehidupan masyarakat yang konsumtif tentu tidak akan lepas terhadap adanya berbagai usaha manusia untuk memenuhi semua kebutuhan hidupnya yang tidak pernah ada batasnya baik dalam pemenuhan kebutuhan akan barang atau jasanya. Pada dasarnya kebutuhan akan barang dan jasa pada masa sekarang ini memang sangat tinggi dan terus bertambah. Bila kebutuhan suatu barang atau jasa yang satu sudah terpenuhi akan meningkat ke kebutuhan barang atau jasa yang lainnya sehingga tidak akan pernah ada habisnya atau berhenti pada satu kondisi saja. Untuk itu setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi barang atau jasa harus dapat memanfaatkan peluang atau kesempatan bisnis yang ada tersebut secara tepat ke sasaran konsumennya.

Melihat adanya kondisi tersebut tentu saja menuntut setiap perusahaan untuk selalu siap setiap saat menciptakan suatu penawaran yang baru akan suatu barang atau jasa yang pada saat itu berpeluang besar merebut pangsa pasar konsumen dengan cara menjaring konsumen yang sebanyak-banyaknya. Perubahan dan perkembangan teknologi yang ada harus dapat dimanfaatkan dengan tepat untuk memperoleh peluang bisnis yang sesuai dengan keinginan

dan tujuan dari masyarakat yang pada saat itu merupakan faktor penting yang paling dominan.

Salah satu peluang bisnis yang saat ini mempunyai persaingan yang sangat ketat terutama yang bergerak di bidang jasa adalah adanya suatu lembaga atau jasa pendidikan. Hal ini merupakan salah satu akibat dari perkembangan masyarakat yang semakin maju dimana pendidikan merupakan salah satu kebutuhan hidup yang penting untuk dikuasai terutama pada era saat ini. Tanpa pendidikan yang cukup tentu seseorang akan mengalami kesulitan untuk bersaing dengan yang lainnya yang lebih tinggi tingkat pendidikannya. Pendidikan merupakan faktor penting dalam menghadapi kehidupan di masa sekarang ini maupun di masa yang akan datang.

Pentingnya pendidikan dari jenjang yang lebih rendah ke jenjang yang lebih tinggi membuat masyarakat berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan ini dengan sebaik mungkin yang pada akhirnya memberikan peluang bisnis yang besar bagi penyedia jasa pendidikan. Jasa pendidikan mulai bermunculan dan bersaing ketat untuk menarik konsumen sebanyak mungkin dari yang hanya menawarkan program pendidikan informal seperti dengan mengikuti kursus jangka pendek hingga program pendidikan formal.

Salah satu jasa yang bergerak di bidang pendidikan formal ini adalah adanya perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Perguruan Tinggi merupakan lembaga kependidikan yang memproduksi dan menyajikan jasa kependidikan yang bertaraf akademik dan profesional yang akan dilaksanakan bagi calon mahasiswa. Keadaan ini membuat perguruan tinggi-perguruan tinggi

swasta banyak bermunculan yang siap bersaing ketat dengan memberikan berbagai macam tawaran mengenai fasilitas dan berbagai kemudahan agar masyarakat lebih tertarik untuk memilih perguruan tinggi tersebut.

Berbagai fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan tersebut, di dalamnya tidak terlepas dari adanya jasa pelayanan baik yang bersifat akademik dan profesional maupun dalam hal besarnya biaya pendidikan. Dengan melihat berbagai penawaran yang ada masyarakat tentu akan memilih perguruan tinggi mana yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Masyarakat harus pandai-pandai memilih perguruan tinggi mana yang fasilitas dan kualitas jasa pelayanan yang ada sesuai atau sebanding dengan biaya yang akan dikeluarkan, sehingga pada akhirnya masyarakat tidak akan kecewa dan merasa puas dalam menentukan perguruan tinggi yang sudah dipilihnya.

Keadaan ini tentu memunculkan adanya perguruan tinggi favorit yang menjadi pilihan utama masyarakat bila tidak dapat memasuki perguruan tinggi negeri. Salah satu perguruan tinggi swasta yang menjadi favorit pilihan masyarakat adalah Universitas Islam Indonesia yang selalu berusaha memberikan jasa pelayanan pendidikan yang berkualitas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat akan pendidikan dalam menempuh jenjang yang lebih tinggi setelah pendidikan dasar dan menengah.

Universitas Islam Indonesia memang sangat berbeda dibandingkan dengan universitas-universitas lain yang juga bergerak di bidang yang sama yaitu jasa pendidikan. Universitas Islam Indonesia berusaha menawarkan sebuah jasa pendidikan yang bermutu dengan lebih menekankan nilai-nilai

islami dalam memperoleh ilmu pengetahuan dan menerapkannya dalam kehidupan masyarakat. Begitu pentingnya seorang konsumen terutama pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa membuat Universitas Islam Indonesia selalu berusaha untuk terus meningkatkan mutu pendidikan dan kualitas jasa pelayanannya yang selalu mengikuti perubahan dan perkembangan teknologi yang ada dengan tidak melupakan tujuan utama yaitu berlandaskan nilai-nilai islam. Peningkatan mutu pendidikan dan kualitas jasa pelayanan ini dilakukan agar dapat lebih bersaing dan mempertahankan image yang sudah melekat dan terbentuk di masyarakat bahwa Universitas Islam Indonesia merupakan sebuah universitas swasta favorit yang berbeda dengan universitas lain yang ada.

Peningkatan mutu dan kualitas jasa pelayanan yang terus dilakukan sebenarnya berhubungan erat dengan kepuasan konsumen yang kemudian akan menunjukkan suatu sikap dari konsumen tersebut. Keadaan ini tentu saja menjadi sebuah tantangan yang menarik bagi Universitas Islam Indonesia untuk terus maju dengan meningkatkan dan menambah berbagai fasilitas pendukung jasa pelayanan agar konsumen yang dalam hal ini adalah mahasiswa-mahasiswi merasa puas dengan pilihannya. Jasa kependidikan yang ditawarkan Universitas Islam Indonesia adalah jasa perkuliahan yang sedapat mungkin memberikan kepuasan dan penilaian yang sangat baik atau positif kepada seluruh mahasiswanya yang menghadiri dan mengikuti perkuliahan tersebut. Apabila para mahasiswa tersebut merasa puas dan menilai sangat baik atau positif terhadap perkuliahan yang dilaksanakan tentu mahasiswa tersebut akan semakin aktif dan tertarik untuk selalu menghadiri dan mengikuti perkuliahan

yang dilaksanakan yang pada akhirnya juga memberikan pengaruh positif terhadap pikiran, perasaan, maupun jasmaninya. Pengaruh positif dan sikap yang sangat baik dari seluruh mahasiswa tersebut akan mengarah terhadap adanya kepuasan bagi seluruh mahasiswa dalam menghadiri dan mengikuti perkuliahan karena keinginan dan kebutuhan akan perkuliahan sudah terpenuhi yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan tersendiri bagi Universitas Islam Indonesia. Salah satu keuntungan yang akan diperoleh dari adanya kepuasan dan penilaian yang sangat baik atau positif dari seluruh mahasiswa tersebut adalah adanya peningkatan image yang akan membawa Universitas Islam Indonesia semakin terkenal dan menjadi rebutan diantara konsumennya yang dalam hal ini merupakan calon mahasiswa.

Seperti juga Perguruan Tinggi lain yang bermutu, produk yang ditawarkan oleh Universitas Islam Indonesia sepenuhnya adalah jasa kependidikan tinggi terutama jasa perkuliahan yang terdiri atas Jasa Kurikuler (JK), Jasa Penelitian (JP), Jasa Pengabdian Masyarakat (JPM), Jasa Administrasi (JA), dan Jasa Ekstrakurikuler (JE) yang akan diberikan kepada seluruh mahasiswanya selama mengenyam bangku perkuliahan di Universitas Islam Indonesia. Jasa Kurikuler (JK) meliputi : kurikulum, rencana akademik semester (RAS), key-in, silabus umum, penyajian materi, rancangan mata perkuliahan, satuan materi sajian, evaluasi, praktek komputer, dan pembimbingan atau konsultasi akademik yang tersedia sesuai jurusan masing-masing. Jasa Penelitian (JP) meliputi : jasa pembimbingan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan penyediaan berbagai fasilitas untuk mendukung

penelitian tersebut. Jasa Pengabdian Masyarakat (JPM) meliputi : berbagai kegiatan yang dilakukan untuk membantu masyarakat umum terutama masyarakat ekonomi lemah atau masyarakat berpendidikan rendah dengan mengaplikasikan ilmu-ilmu dan keterampilan yang merupakan Jasa Kurikuler (JK) dan Jasa Penelitian (JP) yang dapat berupa pengadaan bakti sosial untuk masyarakat baik di sekitar kampus maupun daerah yang ditunjuk, beasiswa untuk mahasiswa atau masyarakat kurang mampu dan adanya Kuliah Kerja Nyata (KKN) di daerah-daerah yang telah ditunjuk oleh universitas yang diperuntukkan bagi seluruh mahasiswa sebelum menyelesaikan skripsi atau studinya di Universitas Islam Indonesia. Jasa Administrasi (JA) meliputi : administrasi akademik dan umum yang akan membantu seluruh mahasiswa dalam menyelesaikan masalah administrasinya selama studi. Jasa Ekstrakurikuler (JE) meliputi : semua kegiatan pelayanan terhadap mahasiswa baik yang langsung maupun tidak langsung, seperti pengembangan minat mahasiswa, pembinaan kesejahteraan mahasiswa, pembimbingan hubungan dengan dunia kerja dan pengadaan seminar-seminar baik untuk umum maupun kalangan tertentu saja.

Sebenarnya kelima jasa yang ditawarkan Universitas Islam Indonesia tersebut, hanya sebagai pendukung bagi mahasiswa selama mengenyam bangku perkuliahan di Universitas Islam Indonesia dan bukan sebagai penentu dalam kelulusan bagi seorang mahasiswa dari bangku perkuliahan karena kelulusan sebenarnya ditentukan oleh adanya potensi dan usaha dari masing-masing mahasiswa itu sendiri serta adanya pengaruh lingkungan baik dari dukungan

orang tua, berbagai bacaan dan informasi dari berbagai media, khususnya internet, yang juga turut memberikan kontribusi bagi keberhasilan mahasiswa tersebut. Meskipun hanya sebagai pendukung saja, jasa yang tersedia tetap mempunyai peranan yang penting terhadap pengembangan diri bagi seorang mahasiswa selama mengenyam bangku perkuliahan. Jasa-jasa tersebut harus dapat disajikan secara memuaskan untuk lebih membantu para mahasiswa dalam menyelesaikan studinya secara tepat waktu apalagi bila mahasiswa tersebut memiliki potensi dan usaha yang besar untuk segera menyelesaikan studinya dengan memperoleh bekal keterampilan dan kemampuan akademik maupun profesional yang pada akhirnya akan berguna untuk kehidupan bermasyarakat setelah lulus dari Universitas Islam Indonesia.

Diantara jasa-jasa yang tersedia di Universitas Islam Indonesia, yang mempunyai peran besar dan yang terpenting dalam jasa perkuliahan yang diperuntukkan bagi seluruh mahasiswa adalah Jasa Kurikuler (JK). Jasa Kurikuler (JK) harus memiliki porsi yang lebih besar dibanding jasa lain yang tersedia karena Jasa Kurikuler (JK) berhubungan langsung terhadap jasa layanan akademik selama perkuliahan. Bila Jasa Kurikuler (JK) di Universitas Islam Indonesia yang meliputi : kurikulum, rencana akademik semester (RAS), key-in, silabus umum, penyajian materi, rancangan mata perkuliahan, satuan materi sajian, evaluasi, praktek komputer, dan pembimbingan atau konsultasi akademik yang tersedia sesuai jurusan masing-masing dapat disajikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari seluruh mahasiswanya tentu akan memberikan kepuasan tersendiri baik bagi para mahasiswa maupun bagi pihak

universitas. Universitas akan merasa puas karena dapat meluluskan seluruh mahasiswanya sesuai dengan target yang telah ditentukan yang pada akhirnya juga menunjukkan sikap positif konsumen dan penilaian yang sangat baik terutama bagi seluruh mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap jasa perkuliahan yang ditawarkan karena jasa perkuliahan yang tersedia tersebut secara tidak langsung merupakan salah satu faktor penting yang mendukung mahasiswa untuk menyelesaikan studinya dari Universitas Islam Indonesia.

Untuk lebih mengetahui bagaimana sebenarnya sikap konsumen dalam hal ini mahasiswa mahasiswi Universitas Islam Indonesia terhadap jasa perkuliahan terutama Jasa Kurikuler (JK) yang tersedia di Universitas Islam Indonesia maka penulis ingin mengadakan penelitian tentang sikap konsumen terhadap jasa perkuliahan yang ada tersebut, tetapi karena dalam Universitas Islam Indonesia terdiri dari beberapa fakultas dan mempunyai cakupan yang sangat luas maka penulis ingin membatasi dengan memilih Fakultas Ekonomi sebagai objek penelitian. Hal ini dilakukan karena penulis lebih mengetahui dan mengenal Fakultas Ekonomi dibanding fakultas lain sehingga penulis merasa tertarik dan mencoba untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP JASA KURIKULER DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**”

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam ruang lingkup penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting. Maksudnya dari perumusan suatu masalah akan

memperjelas permasalahan yang ada dan dapat dijadikan sebagai pedoman kerja serta mencegah kemungkinan timbulnya kekacauan dalam perumusan masalah. Dari uraian diatas maka penulis merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap jasa perkuliahan yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Apakah ada perbedaan antara sikap konsumen berdasarkan jenis kelamin, jurusan, dan angkatan tahun masuk terhadap Jasa Kurikuler (JK) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

1.3 Batasan Masalah

Dengan sangat luasnya permasalahan yang ada, maka sangat diperlukan adanya pembatasan masalah untuk menghindari penyimpangan-penyimpangan masalah yang diteliti. Permasalahan pada penelitian ini dibatasi pada :

1. Subyek penelitian adalah mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Karakteristik mahasiswa-mahasiswi yang diteliti sebanyak tiga kriteria yaitu jenis kelamin, jurusan, dan angkatan tahun masuk.
3. Jasa Kurikuler (JK) yang diteliti meliputi : kurikulum, rencana akademik semester (RAS), key-in, silabus, penyajian materi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian sangat penting untuk suatu penelitian sebab akan mengarahkan kepada objek tertentu dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah :

1. Mengukur sikap konsumen terhadap jasa kurikuler yang ditawarkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Menjelaskan perbedaan sikap konsumen berdasarkan jenis kelamin, jurusan dan angkatan tahun masuk terhadap Jasa Kurikuler (JK) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian akan menghasilkan suatu manfaat yang diharapkan. Adapun manfaaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian dapat dipergunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan jasa kurikuler menjadi lebih baik dan dapat dipergunakan sebagai masukan yang berarti bagaimana menghadapi sikap konsumen yang berbeda-beda.

2. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan tentang sikap konsumen terhadap jasa perkuliahan dan sebagai bahan perbandingan antara teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan keadaan sikap konsumen yang sesungguhnya.

3. Bagi Pihak Lain

Menambah pengetahuan dan informasi serta sebagai bahan keterangan yang dimaksudkan untuk menunjukkan penelitian selanjutnya mengenai sikap konsumen.