

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pendidikan merupakan hal yang penting dalam kehidupan, dan setiap manusia berhak mendapatkan pendidikan untuk mengembangkan seluruh potensi kemanusiaan kearah yang positif. Menurut UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Pendidikan mempunyai arti penting untuk memajukan negara, maka dari itu di negara Indonesia telah banyak berdiri lembaga-lembaga pendidikan negeri maupun swasta mulai dari jenjang sekolah dasar, menengah hingga perguruan tinggi. Perguruan tinggi tersebut dapat berbentuk Akademi, Institut, Politeknik, Sekolah Tinggi, dan Universitas. Perguruan tinggi dapat menyelenggarakan pendidikan akademik, profesi, dan vokasi dengan program pendidikan diploma, sarjana dan spesialis. Saat ini lembaga pendidikan dihadapkan pada tataran globalisasi pendidikan, globalisasi pendidikan dengan ciri pasar bebasnya tidak hanya menjual barang hasil produksi industri saja, melainkan juga sumber daya manusia yang siap berkompetisi dalam dunia kerja. Bahan baku dalam dunia pendidikan untuk memproduksi jasa adalah manusia, dan manusia yang berpendidikan, berketrampilan, dan berkompetensilah yang dapat mampu bersaing dan menghasilkan jasa pendidikan yang bermutu.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Perguruan Tinggi bahwa untuk meningkatkan daya saing bangsa dalam menghadapi globalisasi di segala bidang, diperlukan pendidikan tinggi yang mampu mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi serta menghasilkan intelektual, ilmuwan, dan profesional yang berbudaya dan kreatif, toleran, demokratis, berkarakter tangguh, serta berani membela kebenaran untuk kepentingan bangsa. Seiring perkembangan zaman, masyarakat telah mampu menilai perguruan tinggi yang berkualitas. Mereka berasumsi dengan memilih perguruan tinggi yang berkualitas maka putra-putri mereka mampu meningkatkan sumber daya manusia untuk berkompetisi di era globalisasi. Hal tersebut mengindikasikan kepada para pengelola perguruan tinggi untuk memahami betapa pentingnya menciptakan perguruan tinggi yang berkualitas.

Universitas Muhammadiyah Jember atau yang dikenal sebagai Unmuh Jember yang berlokasi di Jalan Karimata no 49 Jember. Unmuh Jember sendiri yang dinaungi oleh Muhammadiyah termasuk Universitas swasta yang mampu bersaing dengan Universitas Negeri maupun Swasta di wilayah Kabupaten Jember. Universitas Muhammadiyah Jember salah satu perguruan tinggi yang selalu berusaha meningkatkan jumlah mahasiswanya. Sebagai salah satu lembaga pendidikan yang berbasis agama, Universitas Muhammadiyah Jember telah berkembang menjadi salah satu perguruan tinggi swasta yang diperhitungkan di wilayah Jember, Bondowoso, Situbondo, Lumajang, Banyuwangi dan sekitarnya.

Unmuh Jember memiliki 9 fakultas dan 1 pasca sarjana serta 1 program profesi yaitu, Fakultas Agama Islam, Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Pertanian, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Psikologi, Fakultas Ilmu Kesehatan, dan Fakultas Teknik. Selain meningkatkan kualitas pengajar, maka akan dilakukan perbaikan di bidang infrastruktur dan fasilitas kampus. Setiap tahun jumlah calon mahasiswa yang mendaftar di Unmuh Jember meningkat. Calon mahasiswa yang mendaftar kebanyakan dari wilayah Jember, Bondowoso, Situbondo, Banyuwangi, Lumajang, Probolinggo dan Madura serta dari Pulau di Luar Pua Jawa.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa antusias masyarakat terhadap Unmuh Jember sangat besar dan persepsi masyarakat terhadap Unmuh Jember yaitu positif. Antusias masyarakat kota Jember dan sekitarnya merupakan kesuksesan bagi tim pelaksanaan promosi Unmuh Jember dalam upaya menarik simpati masyarakat. Dalam menghadapi persaingan terhadap perguruan tinggi swasta lain, Unmuh Jember melakukan persaingan promosi. Promosi yang dilakukan harus tepat sasaran dan inovatif supaya mendapat perhatian dari calon mahasiswa. Kegiatan promosi harus mempunyai strategi komunikasi supaya dapat mencapai tujuan promosi. Promosi yang dilakukan Unmuh Jember dilakukan dengan berbagai cara, antara lain seperti pembuatan brosur, banner, baliho, *road show* dan kegiatan lainnya ke berbagai kota di wilayah Propinsi Jawa Timur. Kegiatan promosi tersebut merupakan kegiatan institusional yang menjadi peran universitas untuk mensosialisasikan kehidupan di perguruan tinggi dan proses pembelajarannya. Dalam setiap kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Unmuh Jember mempunyai strategi yang baik sehingga dalam setiap kegiatan pemasaran yang dilakukan dapat efektif dan inovatif untuk menarik perhatian masyarakat.

Melihat kompetisi global yang juga melanda dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi, yang mana setiap tahun lulusan SMA dan SMK sederajat bersaing untuk mendapatkan institusi pilihan, perguruan tinggi pun berlomba-lomba mempromosikan diri dan menjaring

calon-calon mahasiswa baru. Tidak ingin kalah strategi dengan yang lain Universitas lain. Unmuh Jember mulai dengan diadanya promosi ke daerah – daerah bahkan hingga sampai ke madura, sekarang Unmuh Jember sudah banyak di kenal dengan kualitas yang tidak kalah jauh dengan Universitas yang ada di Jember.

Universitas Muhammadiyah Jember juga memberikan beasiswa bagi yang kurang mampu dan juga yang berprestasi dengan begitu mahasiswa Unmuh Jember dapat memanfaatkan beasiswa tersebut untuk kebutuhan hidup juga untuk yang dari luar daerah Jember. Adapun beasiswa Internal yaitu BIDIK MISI yang ditujukan bagi mahasiswa yang tidak mampu dan juga dari keluarga Muhammadiyah dan Aisyiyah. Beasiswa Peningkatan Prestasi Akademik atau yang dikenal dengan Beasiswa PPA ditujukan untuk mahasiswa aktif yang berada di jenjang SI/DIV atau mahasiswa DIII. Pemerintah Kabupaten Jember juga memberikan beasiswa kepada penduduk asli Jember yang berasal dari keluarga yang tidak mampu. Djarum Foundation turut berperan aktif dalam memajukan pendidikan di Indonesia melalui program beasiswa prestasi yang dikenal sebagai Djarum Beasiswa Plus bagi mahasiswa berprestasi tinggi di Indonesia.

Teknologi yang ada di Unmuh Jember juga tidak kalah saing dengan Universitas lainnya sehingga dapat menunjang pembelajaran yang efektif kepada Mahasiswa. Dengan adanya pembaruan teknologi yang efektif setiap tahun menjadikan Unmuh Jember dapat menjangkau Universitas lainnya dalam pembaruan teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa.

Unit Pelaksana Teknis Penerimaan Mahasiswa Baru atau yang dikenal dengan UPT PMB adalah satuan kerja teknis yang bertanggung jawab terhadap pelaksanaan dan pengembangan program penerimaan mahasiswa baru. Setiap Lembaga atau Institusi mempunyai strategi yang berbeda beda dalam melakukan perencanaan. Tergantung pada kebiasaan lembaga tersebut yang tujuannya sama yaitu menarik khalayak.

Dalam fungsinya Unit Peleksaan Teknis Penerimaan Mahasiswa Baru (UPT-PMB) harus menjalin hubungan secara baik dengan masyarakat maupun dengan calon mahasiswa baru. Menjaln hubungan ini dijalankan agar UPT-PMB dapat memberikan informasi kepada calon mahasiswa baru tentang Universitas Muhammadiyah Jember. Dengan kondisi yang sekarang ini mahasiswa baru lebih mudah untuk melakukan pendaftaran dengan cara lebih praktis yang langsung di bimbing oleh pihak UPT-PMB sampai tahap akhir.

Komunikasi merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perguruan tinggi untuk memasarkan lembaga pendidikannya kepada masyarakat. Menurut Kotler dan Keller (2008:172), Komunikasi merupakan sarana dimana perusahaan berusahamenginformasikan,

membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi yang baik harus dapat dipahami, karena hal ini berhubungan dalam pengambilan keputusan. Betapapun baiknya ide seseorang, apabila tidak mampu mengkomunikasikannya maka ide tersebut tidak akan terwujud. Terlebih pada era globalisasi yang penuh persaingan sehingga menuntut adanya kemampuan komunikasi yang efektif. Mudah-mudahan masyarakat dalam mengakses media cetak maupun elektronik menimbulkan sikap keseriusan bagi para pengelola lembaga pendidikan dalam upaya memperbaiki kualitas produk secara berkelanjutan, hal ini dilakukan juga oleh semua pesaingnya. Konsep dasar yang dapat dijadikan sebagai analisis bagi pemasaran pendidikan adalah konsep pasar. Pemasaran yang lebih dikenal dengan istilah “marketing” adalah suatu metode baru untuk memajukan dan mengembangkan potensi sebuah organisasi dengan memusatkan sasaran atau target kepada masyarakat yang benar-benar membutuhkan layanan jasa lembaga sekolah, maka dari itu manajemen pemasaran yang baik menjadi kunci sustainabilitas terhadap pembaharuan pendidikan.

Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan komunikasi dalam pemasaran dengan menggunakan teknik dan cara komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi dan pemahaman kepada orang lain dengan harapan supaya tujuan lembaga dapat tercapai. Komunikasi pemasaran berfungsi untuk memperoleh segmentasi yang lebih luas untuk memperkuat loyalitas pelanggan terhadap produk yang dimiliki lembaga. Kegiatan komunikasi pemasaran membutuhkan waktu serta strategi yang baik supaya komunikasi yang dilakukan dapat berlangsung efektif, karena strategi komunikasi pemasaran (*marketing communication*) yang tepat dapat menghindarkan dari kerugian yang disebabkan oleh kegiatan promosi yang tidak efektif dan efisien. Dalam kajian pemasaran, kegiatan promosi yang efektif dan efisien termasuk sebagai bagian dari konsep bauran komunikasi pemasaran.

Strategi komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang sifatnya informasional maupun persuasif untuk membangun pemahaman dan dukungan terhadap suatu ide, gagasan atau kasus, produk maupun jasa yang terencana yang dilakukan oleh suatu organisasi baik yang berorientasi laba maupun nirlaba, memiliki tujuan, rencana dan berbagai alternatif berdasarkan riset dan memiliki evaluasi (Smith, 2005:3).

Semakin berkembangnya zaman persaingan antar perguruan tinggi negeri maupun swasta semakin ketat. Mereka semakin agresif dalam melakukan kegiatan promosi untuk berkompetisi menarik simpati calon mahasiswa. Berbagai bentuk maupun cara mereka gunakan dalam kegiatan promosi. Perkembangan teknologi sekarang ini sangat membantu dalam kegiatan promosi, salah satunya adalah menggunakan web universitas dan sosial media

seperti Facebook dan lain-lain, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi yang ingin dicari. Dengan demikian media promosi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai publisitas tetapi juga interaktifitas yaitu masyarakat dapat memberikan feed back kepada pihak universitas secara langsung dan mudah.

Gencarnya promosi juga dilakukan dengan cara-cara lain, salah satu yang sangat mencolok yaitu penggunaan baliho yang terdapat di pinggir jalan dengan tulisan dan gambar yang menarik perhatian dengan slogan-slogan yang terkesan berlebihan dan program unggulan yang mereka janjikan untuk dapat menjadikan lulusan yang dapat berkompetisi di dunia kerja secara global. Mereka menginformasikan program-program unggulan yang ditawarkan supaya mereka berharap hal tersebut dapat menjadi nilai lebih di mata masyarakat terhadap perguruan tinggi yang bersangkutan. Mereka berupaya menawarkan layanan jasa pendidikan yang terbaik dan fasilitas yang mereka miliki untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan calon mahasiswanya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keseriusan bagi pengelola perguruan tinggi swasta untuk menarik simpati calon mahasiswa karena mahasiswa merupakan salah satu sumber dana perguruan tinggi swasta.

Namun dalam kenyataannya sekarang ini banyak pula perguruan tinggi yang tidak beroperasi lagi atau tidak lagi menawarkan jasa pendidikannya, salah satunya dikarenakan oleh kurangnya minat calon mahasiswanya yang mendaftar ke perguruan tinggi bersangkutan. Salah satu penyebabnya adalah komunikasi pemasaran yang kurang baik sehingga minat calon mahasiswanya menjadi kurang. Komunikasi pemasaran yang masih tradisional, kurang inovasi, dan ketertarikan isi pesan terhadap informasi yang diberikan dapat menjadi penyebab kurangnya ketertarikan masyarakat terhadap universitas yang bersangkutan. Maka dari itu komunikasi pemasaran merupakan salah satu komponen penting dalam kegiatan pemasaran untuk dapat menunjang suatu keberhasilan lembaga/instansi agar dapat menembus target atau sasarannya dalam menghadapi persaingan.

Lembaga pendidikan memerlukan pencernaan yang matang tentang apa yang akan dipakai dan dikombinasikan, serta memerlukan strategi pemasaran yang sesuai dengan lembaga pendidikan tersebut, guna mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Kota Jember merupakan kota kecil dan terdapat beberapa universitas swasta yang berkembang. Mereka berkompetisi menarik simpati calon mahasiswanya yang kebanyakan masyarakat di wilayah kota dan sekitarnya. Mereka mempromosikan universitas melalui berbagai cara antara lain dengan melakukan *road show* ke sekolah-sekolah dan juga pemasangan baliho-baliho di pinggir jalan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin mengkaji lebih dalam terkait peran UPT-PMB Universitas Muhammadiyah Jember dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi UPT-PMB dalam upaya meningkatkan jumlah mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Jember Tahun 2019 - 2020”.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran UPT-PMB dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Jember?
2. Hambatan apa saja yang terjadi di UPT-PMB dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Jember?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran UPT-PMB dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Mengetahui hambatan apa saja yang terjadi di UPT-PMB dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Jember.

Manfaat Penelitian

1. Teoritis
 - a. Pengembangan ilmu atau teori dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru.
 - b. Sebagai sumbangan referensi bagi peneliti selanjutnya.
2. Praktis
Peneliti ini diharapkan dapat memberikan sumbangan masukan yang berharga bagi instansi atau lembaga.