

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi, kebutuhan akan sumber daya manusia yang berkualitas juga semakin meningkat. Untuk memenuhi kebutuhan akan sumber daya manusia yang berkualitas tersebut, salah satunya adalah melalui peran serta dari lembaga pendidikan.

Sekarang ini telah banyak didirikan lembaga pendidikan, sehingga antar lembaga pendidikan saling berlomba untuk dapat meningkatkan kualitas lembaga pendidikan tersebut baik dari segi sarana maupun prasarananya.

Dalam rangka menghadapi era globalisasi, dimana teknologi semakin maju, bangsa Indonesia khususnya dituntut untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas yaitu sumber daya yang memiliki kemampuan baik dalam bidang akademik maupun kemampuan kepemimpinan yang tanggap terhadap kebutuhan pembangunan ilmu pengetahuan dan teknologi, berjiwa penuh pengabdian serta memiliki rasa tanggungjawab yang besar terhadap kemajuan bangsa dan negara.

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka sumber daya manusia yang berkualitas harus dipersiapkan, salah satunya adalah dengan cara menempuh pendidikan formal sebaik-baiknya. Pendidikan formal yang dimaksud adalah mulai dari Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) dan melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi.

Pembangunan pendidikan tinggi harus mengacu pada mutu, efisiensi dan relevansi penyelenggaraan pendidikan tinggi sesuai dengan tujuan pembangunan kualitas sumber daya manusia yang diperlukan. Oleh karena itu, sumber daya pemerintah dan masyarakat sebagai unsur pendukung penyelenggaraan pendidikan tinggi harus makin didayagunakan tepat arah pada tujuan pembangunan dan tepat guna dalam penyediaan dan pengembangan sumber daya manusia untuk mengisi berbagai keperluan pembangunan bangsa dan negara di masa depan.

Perguruan tinggi merupakan salah satu lembaga pendidikan yang secara formal disertai tugas dan tanggungjawab mempersiapkan mahasiswa sesuai dengan tujuan pendidikan nasional, yaitu mengisi kebutuhan masyarakat akan tersedianya tenaga ahli dan tenaga terampil dengan tingkat jenis kemampuan yang sangat beragam. Karena itu mahasiswa sebagai peserta didik dan generasi muda yang mempunyai kedudukan dan peranan penting dalam mewujudkan cita-cita pembangunan nasional, senantiasa perlu dibimbing dan dikembangkan.

Sistem Pendidikan Nasional menyebutkan bahwa perguruan tinggi dapat berbentuk Akademi, Politeknik, Sekolah Tinggi, Institut, atau Universitas. Pendidikan tinggi ini dapat diselenggarakan oleh Pemerintah, dalam hal ini Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (Perguruan Tinggi Negeri-PTN), departemen atau lembaga pemerintah yang lain (Perguruan Tinggi Kedisaan-PTK), atau oleh masyarakat (Perguruan Tinggi Swasta-PTS).

Pada umumnya siswa lulusan SMA mengharapkan dapat melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi negeri karena dianggap mempunyai prospek masa depan yang cerah dengan berbagai kelebihannya serta biaya pendidikan relatif lebih murah dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta. Namun, karena kapasitas perguruan tinggi negeri sangat terbatas, maka salah satu alternatif pilihan lembaga pendidikan setelah lulus SMA adalah perguruan tinggi swasta. Bahkan beberapa perguruan tinggi swasta memiliki kualitas yang hampir sama dengan perguruan tinggi negeri, sehingga perguruan tinggi swasta harus menentukan strategi pemasaran yang tepat agar kualitas sarana dan prasarana yang tersedia dapat memenuhi harapan calon mahasiswa.

Kita ketahui bahwa jumlah perguruan tinggi swasta di Indonesia sangat banyak, sehingga untuk menjadi salah satu perguruan tinggi swasta unggulan harus berjuang keras untuk memasuki pasar yang semakin kompetitif. Salah satu hal yang perlu dilakukan adalah menentukan strategi pemasaran, dimana pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha. Untuk menjadi bagian dari pasar yang semakin kompetitif, perusahaan harus memilih bagian mana yang hendak menjadi pasar sasaran agar dapat mendesain produk sesuai dengan keinginan pasar tersebut, menetapkan harga yang paling cocok, mengkonsumsi pesan-pesan pemasaran dengan bahasa dan gaya yang dipahami oleh konsumen dan melayaninya dengan lebih baik.