

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan secara umum diidentikkan dengan latihan kemanusiaan yang mulia yang tugas pokoknya adalah membantu menciptakan manusia menjadi pribadi-pribadi yang berkarakter mulia dan esensial sebagaimana ditunjukkan oleh sifat-sifat standar manusia yang diinginkan. Ini adalah pemikiran yang sangat penting tentang bahwa orang memiliki kemungkinan pada tingkat ketenangan manusia yang memiliki kesadaran yang mendorong mereka untuk mengakui berbagai kemungkinan di dalam diri mereka, sehingga mereka dapat membentuk pengakuan diri yang akan menentukan pengaturan kepribadian. diri yang optimal, dengan tujuan dapat bekerja dan berharga selamanya dan hidup secara terpisah dan sosial.

Seiring dengan kemajuan zaman, kebutuhan manusia terus berkembang, salah satunya adalah kebutuhan akan pendidikan. Latihan merupakan sesuatu yang vital dan merupakan kebutuhan dalam kehidupan di arena publik, karena sekolah dipandang sebagai salah satu kebutuhan hidup yang penting dalam latihan sehari-hari. Khususnya di era globalisasi seperti sekarang ini, kemajuan ilmu pengetahuan dan inovasi mendorong individu untuk membentuk individu yang berkualitas dan cakap, yang semuanya dibentuk melalui program pengajaran yang berkualitas.

Pendidikan yang baik akan membuat seseorang memiliki modal untuk masa depan, selain itu banyak orang yang memiliki pemahaman bahwa seseorang yang sangat diajar dikatakan memiliki pengetahuan yang tinggi juga. Demikian pentingnya pengajaran bagi interaksi kemajuan daerah. Akibatnya, banyak orang berlomba-lomba untuk melanjutkan studi mereka ke tingkat yang lebih tinggi, termasuk siswa yang baru saja lulus dari sekolah menengah (SMA). Siswa yang telah lulus akan melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi, khususnya perguruan tinggi. Untuk melanjutkan ke tingkat yang lebih tinggi, individu harus dapat memilih dan memahami universitas mana yang sesuai dengan minat mereka.

Minat adalah perasaan kecenderungan dan perasaan tertarik pada sesuatu atau suatu gerakan tanpa perintah. Minat pada hakekatnya adalah suatu pengakuan akan adanya hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri sendiri, semakin membumi atau semakin dekat hubungan tersebut maka semakin menonjol minat tersebut.

Bagi individu yang memutuskan untuk melanjutkan sekolah mereka ke tingkat yang lebih tinggi, mereka akan menghadapi beberapa keputusan dan masalah. Memutuskan untuk melanjutkan pendidikan lanjutan mereka, individu akan menghadapi berbagai pilihan perguruan tinggi. Demikian pula, masyarakat akan dihadapkan pada berbagai keputusan perguruan tinggi serta berbagai pertimbangan yang harus dipikirkan. Mengingat konsekuensi dari tinjauan yang dipimpin oleh Webometrics pada awal Juli 2020 bahwa ada 10 perguruan tinggi terbaik di kota Bandung, yaitu Institut Teknologi Bandung (ITB), Telkom University, Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Padjajaran, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati, Universitas Khatolik Parahyangan, Universitas Widyatama, Universitas Islam Bandung (UNISBA), Universitas Pasundan (UNPAS), dan Institut Teknologi Nasional (ITENAS). Menurut Karina (2011) bahwa ada beberapa faktor yang sangat mempengaruhi calon mahasiswa dalam memilih untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi, salah satunya adalah faktor citra atau nama besar perguruan tinggi (brand image training), kantor memberi, rencana pendidikan yang ditawarkan, biaya sekolah, dan faktor-faktor penting daerah.

Farid dalam Yani, 2008 berpendapat bahwa tuntutan pendidikan lanjutan tidak hanya terbatas pada kemampuan melahirkan lulusan yang ditaksir secara skolastik tetapi juga seluruh program dan terlebih lagi yayasan-yayasan pendidikan lanjutan yang harus memiliki pilihan untuk menunjukkan kualitas terbaik dan dijunjung tinggi oleh tanggung jawab yang ada sehingga hal ini dapat mendorong keragaman. keputusan sekolah yang dipertimbangkan oleh siswa yang akan datang. Akibatnya, banyak siswa yang akan melanjutkan ke sekolah akan memilih perguruan tinggi yang memiliki citra merek yang baik dan terkenal di kalangan masyarakat umum. Brand Image adalah pandangan terhadap merek yang merupakan kesan ingatan pembeli tentang hubungannya dengan merek tersebut.

Pada saat ini perguruan tinggi berlomba-lomba untuk menaikkan Brand Image nya, karena keberadaan perguruan tinggi pada saat ini tergantung pada minat calon mahasiswa untuk masuk sebagai konsumen agar dapat dipilih khususnya Oleh siswa kelas XII yang akan melanjutkan studi ke perguruan tinggi. Sebelum mengambil keputusan di sebuah perguruan tinggi, siswa akan terpengaruh oleh faktor-faktor yang contohnya biaya pendidikan dan biaya kehidupan, informasi media, pergaulan, mempertimbangkan tempat serta citra suatu perguruan tinggi. Citra kampus cenderung dijadikan pertimbangan tekad perguruan tinggi yang citranya bagus cenderung difokuskan untuk mengatasi masalah mereka, mengingat fakta bahwa pencitraan baik perguruan tinggi cenderung memperoleh nilai positif, menurut pembeli serta dapat pula menggambarkan sifat perguruan tinggi. Gambaran itu dapat didefinisikan dengan berdirinya suatu pendirian menurut orang-orang pada umumnya. Kampus terkemuka yang menghasilkan banyak alumni yang efektif sebagian besar dikenal sebagai perguruan tinggi yang layak dan berkualitas.

Menurut Alma (2007, hlm:377) mengemukakan bahwa ada beberapa faktor yang menimbulkan citra merek diantaranya tenaga pengajar atau dosen, perpustakaan, teknologi pendidikan, kantor konseling, latihan olahraga, kegiatan ekstrakurikuler, kegiatan keagamaan, kunjungan orang tua ke kampus, serta alumni. Demikian juga terkait pemilihan perguruan tinggi fokus pula pada pemasaran lembaga pendidikan diantaranya *price, product, place, promotion, process people*, serta *physical evidence*. Seperti yang dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk (dalam Pradityas, 2011, hlm:41) mengacu pada elemen-elemen yang mbingkai citra merek adalah kualitas, keandalan dan dapat dipercaya, nilai atau manfaat, pelayanan, resiko, biaya dan gambaran citra merek yang sebenarnya.

Keterkaitan antara minat dan citra merek yang dimiliki oleh setiap perguruan tinggi dengan pilihan siswa yang direncanakan dalam memutuskan untuk melanjutkan keputusan mereka diperguruan tinggi amat membuat peneliti tertari untuk menelitinya, sebab atas dasar pada teori hal ini amat berpengaruh pada pilihan siswa yang akan datang untuk lanjutkan studi ke perguruan tinggi, sehingga peneliti ingin menunjukkan kebenaran dan pengaruh antara citra merek dan minat pada pilihan siswa untuk memutuskan dalam memilih perguruan tinggi.

Kota Bandung merupakan ibu kota Provinsi Jawa Barat dengan luas wilayah mencapai 167,31 km². Secara geografis, Kota Bandung terletak di antara 107°36' BT dan 6°55' LS (di tengah - tengah Provinsi Jawa Barat). Ditinjau dari aspek geografis, infrastruktur, maupun keamanan, Kota Bandung berlokasi di wilayah yang strategis. Lokasinya dapat dijangkau dengan mudah melalui akses jalan yang baik dari berbagai penjuru kota/kabupaten di Provinsi Jawa Barat. Dikelilingi oleh pegunungan, morfologi Kota Bandung nampak seperti sebuah mangkok raksasa. Kota Bandung berada pada ketinggian kurang lebih 791 mdpl, yang titik tertingginya ada pada sisi utara yang ketinggiannya 1.050 mdpl serta terendah ada di sisi selatan yang ketinggiannya 675 mdpl. Bagian selatan Kota Bandung hingga lajur lintasan kereta api morfologinya cenderung mendatar, lainhalnya dengan kota sisi utara cukup berbukit.

Kota Bandung terdiri atas 30 kecamatan serta 151 kelurahan. Kecamatan Gedebage disebut sebagai kecamatan paling luas dalam wilayah Kota Bandung dengan luas wilayah sebesar 9,58 km². Sementara, kecamatan dengan luas wilayah terkecil ialah Kecamatan Astanaanyar dengan luasnya yaitu 2,89 km². Dengan luas wilayah Kota Bandung, Bandung menjadi kota yang termasuk unggul dalam sektor pariwisata, karena terdapat wilayah-wilayah yang memiliki sejarah seperti museum Asia Afrika, jalan Braga, dan lain-lain yang merupakan tempat bersejarah pada jaman penjajahan Belanda Jepang. Melipir ke daerah Bandung Barat ada Taman Hutan Raya Ir.H.Djuanda yang mana disana terdapat peninggalan Goa Belanda dan Goa Jepang. Di daerah Bandung Selatan terdapat perkebunan. Dengan banyaknya tempat wisata tersebut menjadikan Bandung sebagai salahsatu tempat pariwisata yang sering dikunjungi.

Kota Bandung tidak hanya unggul pada bagian pariwisata, tetapi pada aspek pendidikannya juga. Hal tersebut dibuktikan dengan terdapatnya perguruan tinggi baik swasta ataupun negeri, serta sekolah - sekolah terfavorit dengan berbagai prestasinya. Khususnya SMA yang kerap kali berpartisipasi dalam berbagai kompetisi terkait bidang akademik ataupun non akademik di tingkatan nasional sampai internasional. MAN 1 Kota Bandung merupakan contoh dari beberapa sekolah favorit serta menjadi Madrasah Aliyah Negeri yang akan diteliti.

Berdasarkan gejala-gejala dan permasalahan yang timbul diatas, maka dengan ini penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian tugas akhir dyang berjudul **“Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan Tinggi Pada Siswa Kelas XII IPS MAN 1 Kota Bandung”**

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka didapatilah identifikasi permasalahan diantaranya yakni:

- a. Minat siswa terkait penentuan kemana akan melanjutkan pendidikan tinggi.
- b. Pengaruh Brand Image terhadap minat siswa melanjutkan pendidikan tinggi di MAN 1 Kota Bandung.

C. Batasan Masalah

Dari uraian latar belakan serta indentifikasi permasalahan, peneliti membatasi permasalahan ini. Pembatasan masalah tersebut bertujuan dalam rangka memperjelas masalah yang akan diteliti dan dengan demikian penelitian yang dilaksanakan mampu sesuai dengan tujuan serta sasaran yang ditetapkan sebelumnya dengan maksimal, juga dalam rangka menghindari perbedaan penafsiran. Dikarenakan terdapat banyak faktor yang berhubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini peneliti berfokus kepada Minat Melanjutkan Pendidikan Tinggi Pada Siswa Kelas XII IPS MAN 1 Kota Bandung. Minat itu sendiri dipengaruhi dengan adanya beberapa faktor dari ekstern ataupun intern dari calon mahasiswa tersebut. Karena terdapatnya beragam faktor, peneliti hanya melakukan pemilihan pada satu faktor yakni citra merek (Brand Image) terhadap minat melanjutkan pendidikan tinggi, dikarenakan faktor itu disebut sebagai salahsatu diantara beberapa faktor lainnya yang memberikan pengaruh serta kerap kali calon mahasiswa pertimbangkan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, serta batasan permasalahan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut::

- 1) Seberapa besar pemahaman citra merek pada siswa kelas XII IPS MAN 1 Kota Bandung?
- 2) Seberapa besar minat melanjutkan pendidikan tinggi pada siswa kelas XII IPS MAN 1 Kota Bandung?
- 3) Seberapa besarkah pengaruh signifikan brand image terhadap minat siswa melanjutkan Pendidikan tinggi pada siswa kelas XII IPS MAN 1 Kota Bandung?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan pada penelitian ini yaitu :

- 1) Untuk mengetahui seberapa paham persepsi siswa kelas XII IPS MAN 1 Kota Bandung mengenai *brand image* (citra merek).
- 2) Untuk mengetahui seberapa besar minat siswa kelas XII IPS MAN 1 Kota Bandung dalam melanjutkan studi ke pendidikan tinggi.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara citra merek terhadap minat melanjutkan pendidikan tinggi pada siswa kelas XII IPS MAN 1 Kota Bandung.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan dunia pendidikan dan menambah informasi atau masukan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan kajian ilmiah terkhusus dalam bidang Pendidikan ekonomi dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi dan pemilihan strategi pemasaran salah satu nya yaitu citra merek.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Jurusan, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi baik secara input dan bahan pertimbangan bagi pihak jurusan sehingga dapat menghasilkan output yang kompeten juga berkualitas.
- b. Bagi Dosen, dalam penelitian ini diharapkan dapat mempermudah dosen dalam memberikan penjelasan kepada calon mahasiswa yang akan melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi.

- c. Bagi Mahasiswa, pada penelitian berharap supaya siswa dan mahasiswa dapat memahami bagaimana citra merek mampu memberikan pengaruh pada minat siswa untuk melanjutkan studinya menuju Pendidikan tinggi.
- d. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai prasyarat untuk mencapai gelar sarjana pendidikan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan, dan dapat menambah pengetahuan, kecakapan dan keterampilan dalam membuat karya tulis ilmiah.

G. Definisi Operasional

Dalam rangka mencegah terjadinya kesalahan terkait penafsiran judul yang dipilih, dan juga sebagai pedoman untuk penelitian, dengan demikian penulis mengartikan beberap variabel yang diteliti, yaitu:

1. Dalam KBBI (2015, hlm:104), pengaruh merupakan kapabilitas yang terdapat pada suatu hal (Benda, manusia) maupun yang timbul darinya yang turut berperan dalam pembentukan kepercayaan, watak, ataupun apa yang seorang manusia perbuat. Pengaruh disebut sebagai kekuatan yang muncul dari suatu hal (orang/benda) beserta semua hal yang terdapat pada alam dan dengan demikian akan memberikan pengaruh pada hal – hal di sekitarnya (Yosin, 2012: hlm.1).
2. Aeker dan Joahimsthaler dalam Muhammad Ismail menyebutkan *brand image* yaitu sesuatu hal yang amat penting terkait suatu merek. Citra merek merupakan identitas (symbol, personalitas, *brand essence*, proposisi nilai, serta posisi merek). Berdasarkan Kotler dan Armstrong menyebutkan citra merek disebut sebagai “*The set of belief held about a particular brand is know as brand image*” (Himpunan kepercayaan yang dimiliki mengenai merek tertentu yang dikenal sebagai citra merek).
3. Minat melanjutkan Pendidikan tinggi, menurut Soedomo (2008: hlm.133) pendidikan tinggi disebut sebagai kelanjutan pendidikan dari sekolah menengah yang dilaksanakan dalam rangka mempersiapkan siswa supaya menjadi bagian dari masyarakat dengan kemampuannya secara akademik, serta profesionalitasnya yang mampu menciptakan ataupun mengembangkan teknologi.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Susunan sistematika pembahasan dalam penulisan tentang pengaruh brand image terhadap minat melanjutkan pendidikan tinggi pada siswa kelas XII IPS MAN 1 Kota Bandung, peneliti uraikan seperti di bawah ini:

- BAB I** : Merupakan pendahuluan yang mencakup latar belakang permasalahan, identifikasi permasalahan, batasan permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan atas dilakukannya penelitian, manfaat yang diharapkan atas dilaksanakannya penelitian, definisi operasional, serta sistematika pembahasan sesuai judul penelitian ini.
- BAB II** : Merupakan landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka berfikir yang berisi tentang pengaruh brand image terhadap minat melanjutkan Pendidikan tinggi pada siswa kelas XII IPS MAN 1 kota Bandung.
- BAB III** : Merupakan Metode penelitian yang menjadi penjelas atas rencana dari prosedur penelitian dalam rangka memberikan jawaban atas perumusan masalah, desain penelitian, lokasi penelitian, variable penelitian, populasi dan sampel, defisini operasional variable, teknik pengumpulan data, instrument penelitian dan teknik pengukuran, uji coba instrumen serta metode analisis data.
- BAB IV** : Disebut sebagai hasil penelitian dan perubahan yang mencakup deskripsi, objek yang diteliti, hasil penelitian dan juga perubahan mendalam terkait penemuan yang ada beserta penjelasan akan impelentasinya. Pada bab tersebut memaparkan profil objek penelitian, pengujian serta hasil analisis data, serta perubahan atas hasil data dalam penelitian yang dilakukan.
- BAB V** : Disebut sebagai penutup dengan cakupannya yaitu kesimpulan atas hasil penelitian, keterbatasan saat melakukan penelitian serta pemberian saran oleh peneliti kepada penelitian yang akan datang.