**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam era modern sekarang pendidikan sangatlah di butuhkan karena, pendidikan merupakan proses pembelajaran bagi setiap manusia untuk mencapai pemahaman yang lebih tinggi mengenai obyek-obyek tertentu dan spesifik. Pengetahuan yang diperoleh secara formal akan berakibat pada pola pikir dan perilaku manusia sesuai dengan jenjang pendidikan yang telah diperolehnya. 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.

 Dengan demikian Dunia pendidikan jaman sekarang ini semakin banyak dan bersaing khusunya perguruan tinggi dan universitas yang ada di sulawesi utara, maka serangkaian tawaran pendidikan tinggi, mulai dari lembaga pendidikan keterampilan, kursus dan perguruan tinggi swasta lainnya menghiasi berbagai sudut media, media cetak, elektronik. Iklan-iklan dan brosur-brosur disebar di sekitar sekolah-sekolah calon mahasiswa. Pada saat demikian para pelajar kelas tiga SLTA atau kelas dua belas yang baru saja melaksananakan Ujian Nasional pada setiap tahun yang sekitaran bulan April bingung ingin masuk di tempat perkuliahan yang mana. Berbagai cara akan dilakukan oleh setiap Universitas dan Perguruan Tinggi untuk menarik calon mahasiswa ke tempat perkuliahan mereka.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu untuk menarik minat masuk calon mahasiswa baru, keberhasilan suatu program pemasaran dapat juga dilihat dari jumblah mahasiswa yang terdaftar.

Kegiatan promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Tidak hanya itu, kegiatan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen.

Universitas atau Perguruan Tinggi Negeri bahkan swasta, dewasa ini menganggap bahwa promosi merupakan bagian penting dari pemasaran, karena pihak perguruan tinggi berharap dengan promosi yang dilaksanakan secara efektif dapat meningkatkan jumblah mahasiswanya sesuai dengan target yang telah ditetapkan dan dapat bersaing dengan perguruan tinggi lainnya yang menghasilkan produk atau jasa yang sejenis. Dengan pandangan demikian perusahaan berharap dengan dilaksanakannya kegiatan promosi secara berkesinambungan dan terarah akan mampu mencapai hasil keuntungan yang maksimal.

Dengan berbagai perhitungan cermat, sebuah perguruan tinggi umumnya akan memulai gerakannya menjual formulir pendaftaran**.** Sejauh pengamatan penulis, strategi promosi yang dilakukan oleh para pengelola diberbagai dunia pendidikan tinggi di Sulawesi Utara antara lain, dengan menjanjikan prospek masa depan yang cerah, sarana dan prasarana perkuliahan yang lengkap, dan mutu pendidikan yang paling baik.

Daya tarik yang ditonjolkan untuk memancing calon mahasiswa, bahwa tim promosi dari perguruan tinggi tidak segan-segan menginformasikan kehebatan lulusannya, dengan menyebutkan sejumlah lulusannya yang memegang jabatan tinggi di berbagai instansi atau menjadi pengusaha pengusaha sukses. Selain itu, ada juga promosi perguruan tinggi melalui orang terkenal, sebagai daya tarik tersendiri bagi para calon mahasiswa.

Upaya lain adalah dengan mencantumkan adanya hubungan kerja sama dengan berbagai lembaga yang berada di luar negeri atau telah mendapatkan ISO, dan ada yang menjanjikan lulusannya cepat dapat pekerjaan. Strategi-strategi tersebut mengisyaratkan, sepertinya kualitas pengelola dan pemiliknya bisa memberikan jaminan dan kepercayaan diri dalam melangkah ketahap selanjutnya. Dalam konteks ini, tidak sedikit para calon mahasiswa yang merelakan jutaan rupiah bahkan puluhan juta agar dapat menjadi mahasiswa di Perguruan Tinggi Favorit, yang menampakkan status terkemuka dimata masyarakat.

Strategi promosi yang dilaksanakan oleh para pengelola pendidikan tersebut sah-sah saja dilakukan selama tidak menyalahi kode etik yang ada.

TapiMasih terjadinya pola promosi yang menjanjikan kemudahan dengan berbagai iming-iming merupakan suatu gambaran bahwa masih ada perguruan Tinggi di Sulawesi Utara yang kurang mampu melakukan inovasi dalam hal kualitas pendidikan. Kecenderungan tersebut akan menghancurkan dunia pendidikan, karena akhirnya masyarakat bukan kuliah untuk meningkatkan kualitas diri, melainkan hanya mengejar gelar. Kondisi yang masih memprihatinkan pendidikan tinggi saat ini adalah masih adanya Perguruan Tinggi atau Universitas nakal yang mengabaikan proses pendidikan. Bahkan ada beberapa diantaranya yang hanya menjadi mesin pencetak uang, bukan menghasilkan lulusan yang berkualitas. Hal ini yang membuat penyelenggaraan pendidikan tinggi kurang baik dan persaingan menjadi semakin tidak sehat karena berakibat pada produk lulusan.

Sampai saat ini, Politeknik Negeri Manado masih menjadi incaran utama. Tetapi, ada beberapa program studi di lingkungan kampus Politeknik Negeri Manado khususnya di program studi Manajemen Pemasaran yang masih kurang diminati oleh calon mahasiswa, Sebagai bahan pemikiran bersama, bahwa telah terjadi kekhawatiran akan matinya beberapa progam studi yang ada di Politeknik Negeri Manado yang disebabkan oleh kondisi ini terlihat dari jumlah mahasiswanya yang kurang dari 100 orang. Padahal, idealnya sebuah Perguruan tinggi Negeri yang sehat minimal memiliki 200 orang mahasiswa per program studi. (Kompas, 14 Februari 2008)

Sepanjang pengamatan penulis, Untuk itu diperlukan terobosan dari Politeknik Negeri Manado dalam promosi yang tepat dan sasaran yang tepat. Jika promosi yang dijalankan tidak tepat, bukan tidak mungkin Politeknik Negeri Manado tersebut tidak akan memperoleh jumlah mahasiswa sesuai harapan.

Sejauhmana promosi Politeknik Negeri Manado itu dilakukan, melihat kembali apa yang menjadi kelemahan dan kekurangan dari promosi yang telah dilakukan, dan untuk selanjutnya merancang kembali promosi seperti apa atau bagaimana yang dapat dilakukan agar tepat sasaran sehingga dapat meningkatkan jumlah mahasiswa baru, dan keberadaan Politeknik Negeri Manado tetap eksis dengan jumlah mahasiswa yang memadai, maka, dari hasil pengamatan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik mengambil judul **“PENTINGNYA PROMOSI UNTUK MENARIK MINAT MASUK MAHASISWA DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN PADA POLITEKNIK NEGERI MANADO”**

**1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut **: “**Kurangnya Promosi Untuk Menarik Minat Masuk Mahasiswa Di Program Studi Manajemen Pemasaran Pada Politeknik Negeri Manado.”

**1.3 Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah hanya pada program studi Manajemen Pemasaran di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.

* 1. **Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis merumuskan permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut : “pentingnya promosi untuk menarik minat masuk mahasiswa di program studi Manajemen Pemasaran pada Politeknik Negeri Manado”

 **1.5 Tujuan**

Adapun Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut : Untuk mengetahui promosi yang di gunakan Politeknik Negeri Manado dalam menarik minat masuk calon mahasiswa.

**1.6 Manfaat**

**1. Bagi Instansi,**

 a. Sebagai bahan masukan kepada instansi pendidikan khususnya di bidang akademik untuk mengetahui strategi pemasaran yang baik.

 b. sebagai referensi pengembangan ilmu pengetahuan di Politeknik Negeri Manado

**2. Bagi Penulis,**

 Sebagai bekal ilmu dalam memulai karir di dunia marketing dan mampu menerapkan strategi pemasaran.

**1.7 Teknik Penulisan**

 **1.7.1 Metode Penulisan**

1. Tempat penelitian

 Tempat penelitian penulis di tempat praktek kerja lapangan yaitu pada perguruan tinggi Politeknik Negeri Manado di Kota Manado, Sulawesi Utara.

1. Waktu penelitian

 Waktu penelitian ini di lakukan hampir 4 bulan terhitung dari penulis praktek kerja lapangan tanggal 06 Februari 2017 – 24 Mei 2017 dengan 5 hari kerja senin – jumat dari jam 07.45 – 16.00 WITA

**1.7.2** **Jenis data dan Metode Penelitian**

Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. suatu bentuk penelitian yang di tujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan masalah yang terjadi dan kemudian mencari solusi pemecahan masalah yang di hadapi dalam penelitian

 **1.7.3**  **Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data**

 **Jenis Data**

1. **Data primer**

Data yang diperoleh secara langsung yang berhubungan dengan masalah yang dibahas tentang pentingnya promosi untuk menarik minat masuk mahasiswa di program studi Manajemen Pemasaran pada Politeknik Negeri Manado.

1. **Data Sekunder**

Data sekunder adalah data pendukung yang merupakan penunjang dalam pembuatan Tugas Akhir seperti struktur organisasi, sejarah perusahan, data pegawai dan buku – buku referensi dari berbagai sumber.

**1.7.4 Metode Analisis**

1. Observasi

Penulis mengamati secara langsung jumlah mahasiswa yang berada di masing – masing program studi di Jurusan Administrasi bisnis dan aktivitas semua mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis

1. Wawancara

Penulis mengumpulkan data dengan diwawancarai sebagian calon mahasiswa, pegawai, dan wakil direktur bidang akademik.

1. Studi Pustaka

Studi pustaka yang di gunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara mengambil referensi dari buku - buku, dan tulisan yang berkaitan dengan masalah yang di teliti.