

BAB 1

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Keberadaan Perguruan Tinggi (PT) baik itu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS), telah menjadi berkah tersendiri bagi sebagian besar masyarakat di kota Surabaya. Sebagai kota terbesar ke dua di Indonesia, Surabaya menjadi salah satu acuan utama bagi sebagian besar mahasiswa yang akan melanjutkan studi mereka, baik yang berasal dari Surabaya maupun dari luar Surabaya (Badan Pengelolaan Teknologi Informasi dan Komunikasi, 2008). Bagi mahasiswa yang berasal dari luar Surabaya, setelah mendaftar di PT, hal selanjutnya yang dilakukan adalah mencari tempat tinggal, baik itu tempat tinggal yang dekat dengan kampus ataupun yang memiliki akses mudah menuju kampus. Ada beberapa alternatif yang bisa menjadi referensi bagi mahasiswa dalam mencari tempat tinggal, antara lain tempat kos, mengontrak rumah, atau tinggal bersama dengan kerabat, dan dari alternatif-alternatif tersebut, tempat kos merupakan pilihan utama bagi sebagian besar mahasiswa untuk tinggal (Dinarsa, 2004). Alasannya adalah selain bisa mencari tempat yang dekat dengan kampus, mereka juga bisa bebas dibandingkan tinggal dengan kerabat (Dinarsa, 2004). Selain itu, mahasiswa yang berasal dari Surabaya pun memiliki kecenderungan untuk lebih memilih tinggal di tempat kos dengan berbagai macam alasan, seperti efisiensi dan efektifitas waktu belajar, karena jarak kampus yang terlalu jauh dari rumah.

Kos adalah tinggal di rumah orang lain dengan atau tanpa makan dengan membayar tiap bulannya (W, Frita Artamanda, 2005:429). Kos yang baik adalah kos yang dapat memberikan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan penghuninya.

Berdasarkan pada hal-hal tersebut, maka biasanya pemilik rumah kos selalu berusaha untuk mempersiapkan dan menata rumah kosnya dengan baik untuk dapat menarik para calon penghuni kos. Banyak persiapan yang dilakukan sebelum mengoperasikan rumah mereka, seperti merombak total rumah, hanya menambah kamar-kamar rumah, menyediakan berbagai fasilitas kos, dan mempersiapkan proses pembayaran sewa kamarnya. Setiap mahasiswa memiliki pandangan yang berbeda-beda antara satu kos dengan kos lainnya, karena adanya perbedaan kebutuhan. Harga yang terjangkau, fasilitas yang memadai, lokasi yang dekat dengan kampus, dan lingkungan yang aman dan nyaman pada umumnya merupakan variabel-variabel yang akan menjadi perhatian para mahasiswa dalam menentukan pilihan mereka. Sebelum membuat keputusan, mahasiswa akan mempertimbangkan hal-hal yang mereka anggap paling penting dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Biasanya para mahasiswa akan membandingkan antara kos yang satu dengan lainnya, terutama dari segi fasilitas dan harga, dengan tujuan agar biaya yang mereka korbakan bisa sebanding dengan apa yang akan mereka dapatkan.

Berdasarkan pada hal tersebut, maka para pemilik kos diharapkan bisa menerapkan sebuah strategi yang tepat untuk dapat mengkondisikan kos mereka dengan sebaik-baiknya. Fasilitas, harga, dan lokasi merupakan variabel-variabel yang penting dan merupakan dasar bagi perkembangan usaha tersebut, di samping faktor promosi (iklan) yang dapat digunakan pemilik Kos ketika mengenalkan tempat kos mereka. Agar bisa lebih memahami tentang bagaimana memasarkan dan mengenalkan tempat kos mereka, pemilik kos dapat mempelajari tentang *marketing mix*, yaitu *Product* (fasilitas), *Price* (harga), *Place* (lokasi), dan *Promotion* (iklan). Fasilitas berhubungan dengan berbagai perlengkapan dalam kamar kos, desain kamar, ukuran kamar, ataupun layanan yang akan diberikan kepada penghuni kos. Harga berhubungan

dengan sewa kamar kos, periode pembayaran, ataupun kelonggaran waktu pembayaran. Lokasi berhubungan dengan letak tempat kos, akses yang mudah menuju kampus, keamanan, kenyamanan, maupun ketenangan yang ada di sekitar lokasi kos tersebut. Iklan merupakan cara atau media yang dapat digunakan oleh pemilik kos dalam mengenalkan kos. Iklan merupakan bagian dari *promotion mix* (*Advertising, Personal selling, sales promotion, public relation*). Dari empat *promotion mix* tersebut, iklan merupakan media yang paling sering digunakan oleh pemilik kos. Pemahaman terhadap unsur-unsur *marketing mix* dapat membantu dan memudahkan pemilik kos dalam mempengaruhi keputusan setiap mahasiswa.

Saat ini terdapat sekitar 152.579 mahasiswa aktif yang tersebar di 59 PT yang ada di Surabaya, baik PTN maupun PTS dan dari jumlah tersebut sebesar 63.256 (41, 46%) berada di wilayah Surabaya Timur (Departemen Pendidikan Nasional, 2008). Dari keseluruhan mahasiswa yang ada di wilayah Surabaya Timur, diperkirakan sekitar sepertiganya atau 33,33% memilih kos sebagai tempat tinggal mereka. Jumlah sebanyak itu berasal dari berbagai latar belakang budaya, agama, maupun kehidupan sosial. Perbedaan-perbedaan yang ada juga dapat mempengaruhi keputusan seorang mahasiswa ketika memilih sebuah tempat kos. Oleh karena itu, para pemilik kos harus benar-benar bisa memahami karakteristik setiap mahasiswa dengan perbedaan-perbedaannya dan berusaha untuk memahami apa sebenarnya kebutuhan mereka, bagaimana perilaku mereka, dan keuntungan apa yang akan diperoleh jika menerima mereka untuk tinggal di tempat kosnya. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang karakteristik setiap mahasiswa dan variabel-variabel apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan mereka, maka diharapkan para pemilik kos dapat menentukan strategi yang tepat, sehingga pada akhirnya usaha yang mereka tekuni dapat memberikan keuntungan yang sesuai dengan harapan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada paparan yang telah dijelaskan pada latar belakang permasalahan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada hubungan yang signifikan secara simultan antara fasilitas, harga, lokasi, dan iklan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos?
2. Apakah ada hubungan yang signifikan secara parsial antara fasilitas, harga, lokasi, dan iklan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos?
3. Faktor apa yang mempunyai hubungan lebih besar terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji dan menganalisis hubungan yang signifikan secara simultan antara fasilitas, harga, lokasi, iklan dengan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis hubungan yang signifikan secara parsial antara fasilitas, harga, lokasi, iklan dengan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.
3. Untuk mengkaji dan menganalisis faktor yang mempunyai hubungan lebih besar terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. *Bagi penulis*. Dapat menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan penulis serta sebagai dasar perbandingan untuk teori-teori yang diperoleh selama

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada paparan yang telah dijelaskan pada latar belakang permasalahan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada hubungan yang signifikan secara simultan antara fasilitas, harga, lokasi, dan iklan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos?
2. Apakah ada hubungan yang signifikan secara parsial antara fasilitas, harga, lokasi, dan iklan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos?
3. Faktor apa yang mempunyai hubungan lebih besar terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji dan menganalisis hubungan yang signifikan secara simultan antara fasilitas, harga, lokasi, iklan dengan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis hubungan yang signifikan secara parsial antara fasilitas, harga, lokasi, iklan dengan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.
3. Untuk mengkaji dan menganalisis faktor yang mempunyai hubungan lebih besar terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. *Bagi penulis*. Dapat menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan penulis serta sebagai dasar perbandingan untuk teori-teori yang diperoleh selama

mengikuti perkuliahan, sehingga dapat diketahui relevansi antara teori dengan yang terjadi lapangan.

2. *Bagi Universitas Katolik Widya Mandala.* Dapat bermanfaat sebagai referensi bagi rekan-rekan mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis.
3. *Bagi pemilik kos.* Diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi yang bermanfaat bagi pemilik kos untuk menambah wawasan tentang faktor apa saja yang sangat penting bagi mahasiswa dalam memilih tempat kos.

1.5. Keterbatasan dan Ruang Lingkup Penelitian

Karena keterbatasan waktu dan biaya, serta luasnya wilayah Surabaya Timur, maka penelitian ini akan dibatasi hanya pada mahasiswa-mahasiswa yang memilih tempat kos di Kecamatan Sukolilo, khususnya di Kelurahan Gebang Putih dan Kelurahan Klampis Ngasem.