

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Sejarah Universitas Telkom

Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) adalah yayasan yang menerapkan konsep *One Pipe Education System* (OPES) dengan jaringan pendidikan yang tersebar di seluruh Indonesia. Terbentuk pada tahun 2015 melalui penggabungan Yayasan Sandhykara Telkom (YSPT) dan YPT (Yayasan Pendidikan Telkom) yang dimiliki oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, YPT telah berpengalaman lebih dari 35 tahun dalam menyelenggarakan pendidikan, mulai dari Daycare hingga perguruan Tinggi. Selain pendidikan formal, YPT juga memiliki lembaga riset, pelatihan, serta sertifikasi profesional yang bekerja sama dengan mitra global. Untuk mendukung pengembangan keterampilan siswa dan mahasiswa, yayasan ini menyediakan laboratorium praktik nyata dengan mendirikan serta mengelola perusahaan secara profesional.

Telkom University yang lebih diketahui dengan nama Universitas Telkom secara resmi berdiri pada tanggal 14 Agustus 2013 berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbud dengan Nomor 309/E/O/2013. Perguruan tinggi ini berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) dan merupakan hasil penggabungan dari empat institusi sebelumnya, yaitu Institut Teknologi Telkom (IT Telkom), Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), Sekolah Tinggi Seni Telkom (STISI Telkom), serta Politeknik Telkom.

Universitas Telkom merupakan salah satu perguruan tinggi swasta (PTS) yang telah meraih akreditasi unggul berdasarkan SK BAN-PT No. 407/SK/BAN-PT/AK-ISK/PT/2021 pada tahun 2021. Selain berlokasi di Bandung, Universitas Telkom juga memiliki kampus di wilayah lain, Universitas Telkom juga memiliki kampus cabang di beberapa daerah seperti kampus cabang Jakarta, kampus cabang Surabaya dan kampus cabang Purwokerto. Universitas Telkom dengan total mahasiswa sebanyak 34.549 memiliki 7 fakultas dengan 92 program studi.

1.1.2. Profil Admisi Nasional Telkom

Direktorat Pemasaran dan Admisi merupakan salah satu Direktorat yang berada di bawah naungan Wakil Rektor III yang mendiami Gedung Rektorat Universitas Telkom. Direktorat Pemasaran dan Admisi terbagi menjadi 2 bagian, yaitu bagian admisi dan bagian *marketing* pelaporan. Bagian Admisi Nasional memiliki tanggung jawab dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan pemasaran di Universitas Telkom. Fokus utama Admisi Nasional adalah pelaksanaan Seleksi Mahasiswa Baru Telkom (SMB Telkom), kegiatan tersebut menjadi tanggung jawab dan fokus Admisi Nasional dalam mengemban amanah sebagai pusat informasi dan seleksi mahasiswa baru

Universitas Telkom. Hal ini meliputi pemasaran, penyampaian informasi, seleksi hingga tahap kelulusan calon mahasiswa baru D3/S1, ekstensi D3 ke S1, S2 dan S3.

Program ekstensi merupakan jenjang pendidikan bagi lulusan diploma yang ingin melanjutkan pendidikan sarjana tanpa harus mengulang mata kuliah dari awal atau rekognisi pembelajaran masa lampau. Dengan begitu calon mahasiswa ekstensi tidak perlu mengulang mata kuliah yang telah pernah di ambil di jenjang D3 terdahulu. Masa pendidikan program ekstensi biasanya berlangsung dua tahun atau hingga tiga tahun. Beberapa peraturan yang harus dilengkapi oleh calon mahasiswa program ekstensi dari perguruan tinggi negeri (PTN) atau swasta (PTS) yang telah terakreditasi, memiliki IPK minimal 2.00 hingga 3.00, serta melampirkan surat keterangan kerja dan persetujuan dari perusahaan bagi yang berstatus karyawan. Selain itu, pendaftar juga perlu menyerahkan Surat Keterangan Lulus (SKL) dan transkrip nilai sebagai syarat administrasi.

Telkom University menyediakan program *Direct Track* Ekstensi bagi lulusan Diploma yang akan meneruskan pendidikan ke jenjang Sarjana. Program ini secara khusus diperuntukkan bagi lulusan D3 Universitas Telkom yang telah menyelesaikan studinya dalam jangka waktu paling lama 12 bulan, dengan proses pendaftaran yang dapat dilakukan tanpa harus mengikuti ujian seleksi. Sementara itu, alumni yang telah lulus lebih dari 12 bulan tetap memiliki kesempatan untuk melanjutkan studi melalui program ekstensi Reguler.



Gambar 1. 1 Poster Pemasaran Program Ekstensi

Sumber : smb.telkomuniversity,2024

Tabel 1. 1 Program Ekstensi Universitas Telkom

Program Studi Asal	Reguler (Tes TPA & TOEFL)	Direct Track (Tanpa Tes)
D3 Teknik Telekomunikasi	S1 Teknik Telekomunikasi	S1 Teknik Telekomunikasi
D3 Informatika (Rekayasa Perangkat Lunak Aplikasi)	1. S1 Informatika 2. S1 Sistem Informasi	1. S1 Informatika 2. S1 Terapan Digital Creative Multimedia
D3 Teknologi Komputer	S1 Teknik Komputer	1. S1 Teknik Komputer 2. S1 Terapan Digital Creative Multimedia
D3 Sistem Informasi	1. S1 Sistem Informasi 2. S1 Informatika	1. S1 Sistem Informasi 2. S1 Terapan Digital Creative Multimedia
D3 Digital Accounting (Sistem Informasi Akuntansi)	1. S1 Akuntansi 2. S1 Sistem Informasi	1. S1 Akuntansi 2. S1 Sistem Informasi 3. S1 Terapan Digital Creative Multimedia
D3 Manajemen Pemasaran	S1 Administrasi Bisnis	S1 Administrasi Bisnis

Sumber : smbtelkomuniversity,2024

1.2 Latar Belakang

Pendidikan merupakan dasar utama dalam membangun keberlanjutan sebuah negara. Tetapi, di masa sekarang, dunia pendidikan menghadapi rintangan yang semakin rumit dan berubah-ubah. Kemajuan teknologi, adaptasi sosial, serta tantangan akan sebuah kualitas yang lebih baik menjadi tujuan utama yang memberi pengaruh ke arah pendidikan di masa yang akan datang. Sepanjang sejarah, masyarakat Indonesia selalu menginginkan sistem pendidikan yang dapat mengembangkan potensi individu secara alami, tanpa paksaan atau kepentingan kelompok tertentu (Robandi & Ibrahim, 2018). Perkembangan pendidikan dari waktu ke waktu menjadi pijakan bagi sistem pendidikan nasional. Pendidikan bersifat dinamis, selalu berupaya menemukan inovasi, melakukan perbaikan, dan

berkembang agar tetap relevan dengan perubahan zaman serta siap melawan tuntutan di masa depan. Tak hanya itu, pendidikan nasional juga berperan dalam menyampaikan dan melestarikan nilai-nilai mulia dari peradaban terdahulu, yang kemudian dapat dilestarikan, dimanfaatkan, dan dikembangkan oleh penerus bangsa dalam keadaan hidup mereka saat ini dan mendatang.

Perguruan Tinggi merupakan pendidikan lanjutan setelah pendidikan menengah, dimana peserta didiknya di sebut mahasiswa, sedangkan dosen sebagai pengajar. Pendidikan tinggi meliputi bermacam program, mulai dari diploma, sarjana, magister, dokter, hingga program spesialis.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional mengelompokkan pendidikan tinggi ke dalam tiga jenis utama. Pertama, pendidikan akademik yang diarahkan pada penguasaan dan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, serta seni, yang mencakup jenjang sarjana (S1), magister (S2), dan doktor (S3). Kedua, pendidikan vokasi yang menekankan pada keterampilan praktis untuk dunia kerja dan mencakup program diploma (D1 hingga D4) serta sarjana terapan. Ketiga, pendidikan profesi yang bertujuan mempersiapkan peserta didik untuk pekerjaan tertentu yang menuntut keahlian khusus melalui program profesi dan spesialis. Berorientasi pada keterampilan terapan, termasuk program Diploma (D1/D2/D3/D4) setara dengan sarjana terapan. (3) Pendidikan Profesi/Spesialis: Dilakukan setelah sarjana, menyiapkan peserta dengan keahlian khusus, memberikan gelar profesi.

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka bentuk strategi dari kementerian pendidikan bagi mahasiswa dalam menentukan jalur pendidikannya. Program ini memberi mahasiswa kebebasan untuk memilih mata kuliah, mengikuti magang, serta mengambil mata kuliah di perguruan tinggi lain. Salah satu kebijakan MBKM yang mencerminkan konsep *general education* adalah program pertukaran pelajar, yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperdalam ilmu tidak hanya di dalam program studi mereka, tetapi juga di luar program studi maupun perguruan tinggi. Selain membekali mahasiswa dengan wawasan lintas disiplin, program ini juga berkontribusi dalam pembentukan karakter serta sikap toleransi terhadap perbedaan. Secara keseluruhan, kurikulum MBKM memungkinkan kolaborasi antara berbagai bidang keilmuan guna menciptakan pembelajaran yang lebih holistik dan interdisipliner.

Persaingan di dunia pendidikan tinggi swasta (PTS) di Indonesia semakin ketat seiring dengan meningkatnya jumlah perguruan tinggi yang berupaya menawarkan program studi unggulan dan berbagai fasilitas penunjang untuk menarik minat calon mahasiswa. Kompetisi ini didorong oleh tuntutan pasar akan lulusan yang siap kerja serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pendidikan berkualitas. PTS berupaya meningkatkan daya saing melalui inovasi kurikulum, kerja

sama internasional, dan penguatan *branding* institusi. Di tengah perkembangan teknologi dan transformasi digital, PTS harus mampu mengadopsi strategi pemasaran yang efektif serta meningkatkan layanan untuk memenuhi ekspektasi mahasiswa dan mempertahankan loyalitas mereka.



Gambar 1. 2 **Rangking Universitas Telkom**

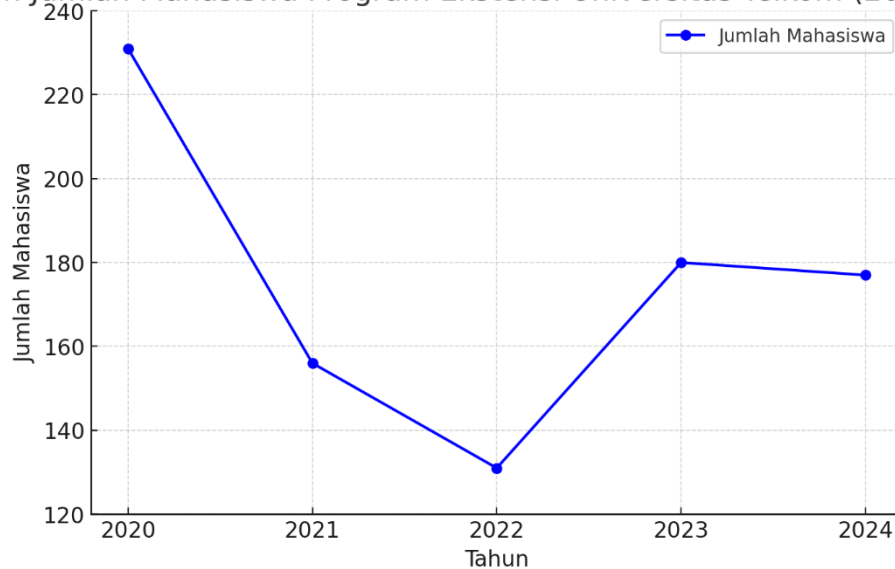
Sumber : Instagram Universitas Telkom,2024

Dari gambar di atas Universitas Telkom berhasil meraih penilaian 5 bintang secara keseluruhan dari QS Stars, sebuah sistem pemeringkatan universitas global yang diakui internasional. Peringkat ini menunjukkan keunggulan Universitas Telkom dalam berbagai aspek seperti pengajaran, internasionalisasi, pembelajaran daring, inovasi, pengembangan akademik, dan inklusivitas. Selain itu, kampus ini juga dinilai unggul dalam hal informatika dan peluang kerja (*employability*). Pengakuan ini mencerminkan kualitas pendidikan Universitas Telkom yang sangat baik serta komitmen untuk terus memberikan kualitas layanan pendidikan dan non pendidikan kepada mahasiswa, baik pada skala nasional maupun global.

Program ekstensi dari D3 ke S1 di Indonesia diatur oleh beberapa regulasi penting yang mendukung kelanjutan pendidikan. Salah satunya adalah Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No. 44 Tahun 2015, yang memberikan wewenang kepada perguruan tinggi untuk menyelenggarakan pendidikan lanjutan dari jenjang D3 ke S1 dengan mengacu pada regulasi standar pendidikan nasional. Selain itu, Permendikbud No. 3 Tahun 2020 memperkuat regulasi ini dengan menetapkan standar nasional pendidikan tinggi yang mencakup skema Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL). Skema RPL memungkinkan pengakuan atas sebagian SKS yang telah diperoleh di jenjang D3, sehingga dapat mempercepat proses transisi ke jenjang S1. Setiap perguruan tinggi juga memiliki kebijakan internal terkait program ekstensi, seperti persyaratan masuk, proses seleksi, dan mekanisme pengakuan SKS yang telah ditempuh di program D3. Beberapa universitas

menerapkan RPL untuk memudahkan mahasiswa dalam mengakui mata kuliah yang telah diambil, sehingga dapat mempercepat penyelesaian program S1. Kebijakan ini sangat membantu mahasiswa D3 yang ingin melanjutkan studi ke jenjang S1 dengan beban studi yang lebih ringan dan waktu yang lebih singkat.

Tren Jumlah Mahasiswa Program Ekstensi Universitas Telkom (2020-2024)



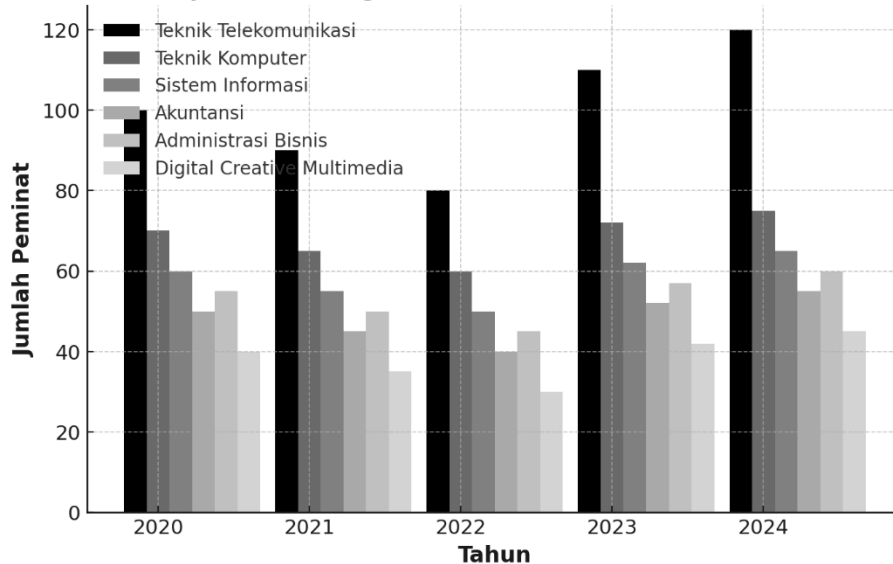
Gambar 1. 3 Grafik Tren Jumlah Mahasiswa Yang melanjutkan Ekstensi

Sumber : Direktorat Pemasaran dan Admisi,2024

Program ekstensi di Universitas Telkom menawarkan kesempatan bagi lulusan program D3 yang ingin meneruskan pendidikan S1, dengan tujuan meningkatkan kualifikasi akademik serta memperluas prospek karier di bidang profesional. Dalam lima tahun terakhir, data menunjukkan adanya fluktuasi pada jumlah mahasiswa yang memilih program ekstensi ini. *Pada tahun 2020, program ekstensi menarik minat yang cukup tinggi dengan 231 mahasiswa terdaftar, angka tertinggi dalam lima tahun terakhir. "Namun, pada tahun 2021, jumlah ini menurun drastis menjadi 156 mahasiswa dan berlanjut pada tahun 2022 dengan hanya 131 mahasiswa yang terdaftar. Meskipun begitu, pada tahun 2023, terjadi peningkatan kembali dengan 180 mahasiswa, diikuti oleh sedikit penurunan pada tahun 2024 dengan jumlah 177 mahasiswa"*(wawancara dengan Kepala Urusan Admisi Universitas Telkom pada bulan November 2024) . Fluktuasi ini mencerminkan dinamika minat mahasiswa terhadap program ekstensi, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perubahan kondisi ekonomi, persaingan di dunia kerja, dan kebijakan pendidikan tinggi. Dengan ini, diharapkan dapat ditemukan faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan lulusan D3 yang ingin meneruskan pendidikan S1 di

Universitas Telkom, sehingga dapat membantu dalam perencanaan dan pengembangan program ekstensi yang lebih efektif di masa mendatang.

Tren Peminatan Jurusan Program Ekstensi Universitas Telkom (2020-2024)



Gambar 1. 4 Grafik Jumlah Mahasiswa yang melanjutkan Program Ekstensi

Sumber : Direktorat Pemasaran dan Admisi,2024

Dari data yang diperoleh dari tahun 2020 sampai 2024 yang awalnya program ekstensi hanya ada 6 jurusan yaitu Teknik Telekomunikasi, Teknik Komputer, Sistem Informasi, Akuntansi dan Administrasi Bisnis per tahun 2023 pilihan program ekstensi ditambah menjadi 7 jurusan yaitu S1 Terapan Digital Creative Multimedia sebagai tambahan program ekstensi di Universitas Telkom. Dari data jurusan yang paling diminati adalah Teknik Telekomunikasi. Perkembangan pesat dalam dunia Telekomunikasi dalam dunia teknologi menjadikan jurusan ini menjadi salah satu jurusan ini paling di nanti dalam program ekstensi di Universitas Telkom. Sedangkan jurusan yang sepi peminat Program Ekstensi ialah program studi S1 Terapan *Digital Creative Multimedia* karena jurusan ini hanya diperuntukkan bagi lulusan Diploma asal Universitas Telkom jurusan D3 Rekayasa Perangkat Lunak, D3 Teknologi Komputer, D3 Sistem Informasi dan D3 Sistem Informasi Akuntansi. Dan ini juga dipengaruhi oleh loyalitas dan kepuasan mahasiswa dan juga di pengaruhi oleh pengambilan Keputusan yang di lakukan oleh mahasiswa yang ingin ekstensi di Universitas Telkom.

Berdasarkan yang telah di jelaskan pada bagian di atas, penulis akhirnya memutuskan untuk menentukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN KE JENJANG S1(SARJANA) DI**

UNIVERSITAS TELKOM (STUDI KASUS DARI PROGRAM EKSTENSI D3 KE S1 DI UNIVERSITAS TELKOM).

1.3 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis merinci permasalahan utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh loyalitas pelanggan terhadap program ekstensi Universitas Telkom?
2. Bagaimana minat pelanggan dalam melanjutkan kuliah program ekstensi di Universitas Telkom?

1.4 Tujuan Penelitian

Menagacu pada rumusan masalah, maka tujuan pada penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh loyalitas pelanggan terhadap program ekstensi Universitas Telkom
2. Untuk mengetahui minat pelanggan dalam melanjutkan kuliah program ekstensi di Universitas Telkom

1.5 Kegunaan Penelitian

Adanya penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini bertujuan dapat menjadi bagian untuk masukan Admisi dalam strategi pengambilan keputusan bagi mahasiswa untuk jalur ekstensi.
2. Bagi Penulis
Penelitian ini bertujuan untuk dapat ilmu dan dapat memberi pengetahuan bagi penulis mengenai pengambilan Keputusan bagi mahasiswa pada jalur ekstensi.
3. Bagi Pihak Lain
Hasil Penelitian ini bertujuan diharapkan dapat menjadi acuan metode penelitian lainnya dalam bidang pemasaran khususnya pengambilan keputusan bagi mahasiswa pada jalur ekstensi.

1.6 Batasan Masalah

Dalam Penelitian ini penulis membatasi objek Penelitian agar Penelitian ini dapat ditulis lebih teratur dan terarah. Adapun Batasan masalah dalam Penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jangka waktu Penelitian diambil mulai dari angkatan 2020-2024
2. Penelitian Dilakukan di Universitas Telkom

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Sistematika penulisan ini adalah penjelasan isi dari setiap bab untuk mempermudah dan memahami isi dari laporan akhir ini. Sistematika penulisan laporan akhir sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum yang meliputi penjelasan singkat tentang objek yang diteliti, alasan dilaksanakannya penelitian, rumusan permasalahan, tujuan yang hendak dicapai, kontribusi atau manfaat dari penelitian, batasan permasalahan yang dibahas, serta struktur penulisan dalam laporan akhir ini.

2. BAB II TINJUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai teori masalah, bauran pemasaran, bauran promosi, *digital marketing*, media sosial, Instagram, kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode atau pendekatan yang digunakan oleh penulis dalam pelaksanaan penelitian ini.

4. BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan memberi tahu analisis yang didapatkan oleh penulis dari penelitian ini dengan menggunakan metode yang telah dipilih dan digunakan dalam penelitian ini.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan hasil berupa kesimpulan dari pembahasan rumusan masalah berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, serta menyampaikan beberapa saran yang ditujukan kepada perusahaan yang menjadi objek penelitian.