

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PADA PERGURUAN TINGGI YANG DIMINATI MASYARAKAT

Denny Kurnia

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Serang Raya
dennyrahmadhiya@gmail.com

Deviyantoro

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Serang Raya
deviyantoro@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud memahami faktor-faktor apa saja pada perguruan tinggi yang diminati masyarakat. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Banten dengan sampel sebanyak 159. Data pada penelitian ini adalah persepsi masyarakat dalam bentuk pernyataan-pernyataan tertulis mengenai kriteria perguruan tinggi. Untuk mengambil data digunakan angket sederhana yang dirancang sendiri oleh peneliti. Teknik Analisis Data. Data yang sudah terkumpul akan dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi. Kemudian, data-data dalam tabel ini akan diinterpretasikan secara kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian bahwa persepsi masyarakat 80,9%, berminat untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi. Persepsi masyarakat faktor-faktor perguruan tinggi yang diminati adalah perguruan tinggi yang dosennya profesional, perguruan tinggi yang lulusannya dijamin kerja, perguruan tinggi yang fasilitas belajarnya lengkap. Informasi tentang perguruan tinggi yang didapatkan oleh masyarakat untuk memilih perguruan tinggi didapatkan melalui teman atau saudara yang memberikan informasi, informasi dari iklan di internet, dan informasi dari brosur.

Kata Kunci: Faktor-faktor Perguruan Tinggi, Minat Masyarakat.

PENDAHULUAN

Di Indonesia penyelenggara perguruan tinggi terdiri dari Perguruan tinggi negeri yang diselenggarakan oleh pemerintah dan perguruan tinggi swasta yang diselenggarakan oleh masyarakat (badan penyelenggara). Bagi perguruan tinggi negeri minat lulusan SMA/SMK/MA untuk mendaftar sebagai mahasiswa baru sangat tinggi, setiap tahunnya menjelang tahun akademik baru pendaftar calon mahasiswa baru melalui Seleksi Nasional Penerimaan Mahasiswa Baru (SNPMB) rata-rata selalu melebihi kuota penerimaan mahasiswa baru yang disediakan. Akan tetapi bagi perguruan tinggi swasta minat lulusan SMA/SMK/MA untuk mendaftar sebagai mahasiswa baru sangat beragam yaitu terdapat perguruan tinggi swasta yang memang diminati oleh lulusan SMA/SMK/MA untuk menjadi mahasiswa baru, akan tetapi terdapat juga perguruan tinggi yang kurang diminati oleh lulusan SMA/SMK/MA untuk menjadi mahasiswa baru.

Jumlah perguruan tinggi semakin lama semakin bertambah (Fakhri, Gilang, dan Ratnayu, 2017). Perguruan Tinggi Swasta (PTS) banyak bermunculan di berbagai daerah yang belum mampu dijangkau oleh Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Banyaknya jumlah perguruan tinggi membuat persaingan dalam dunia pendidikan tinggi semakin ketat. Masing-masing perguruan tinggi berusaha untuk mendapatkan mahasiswa sebanyak-banyaknya. Jumlah mahasiswa merupakan salah satu faktor yang menentukan kelangsungan suatu perguruan tinggi terutama PTS.

Keputusan pemilihan universitas merupakan salah satu keputusan penting yang harus dipilih seseorang ketika dewasa. Karier seseorang biasanya akan dibangun dan berkaitan dengan pendidikan yang telah mereka dapatkan sebelumnya. Oleh karenanya seseorang akan sangat berhati-hati dan penuh pertimbangan ketika menentukan memilih suatu perguruan tinggi.

Faktor yang menentukan seseorang memilih perguruan tinggi, menjadi komponen yang perlu diperhatikan bagi perguruan tinggi untuk menentukan strategi dalam menarik calon mahasiswa baru (Ming, 2010). Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut perguruan tinggi mengetahui apa yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki agar lebih banyak mahasiswa yang tertarik masuk ke universitas tersebut. Lebih jauh lagi penelitian ini dapat digunakan perguruan tinggi untuk menentukan keunggulan kompetitif yang ditawarkan pada calon mahasiswa baru.

Berdasarkan uraian di atas, perguruan tinggi menghadapi persaingan yang lebih ketat dalam mencari calon mahasiswa karena bertambahnya jumlah perguruan tinggi. Agar tetap bisa bertahan ditengah persaingan, dibutuhkan informasi mengenai hal-hal yang mempengaruhi seseorang memutuskan kuliah di perguruan tinggi tertentu. Keadaan inilah yang melatarbelakangi penelitian dengan judul “Persepsi masyarakat terhadap kreteria perguruan tinggi yang diminati.

TINJAUAN PUSTAKA

Perguruan Tinggi merupakan satuan pendidikan yang menyelenggarakan Pendidikan Tinggi. Pendidikan Tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia. (UU RI No. 12 tahun 2012). Menurut Slamet (2010:102) pengertian persepsi adalah proses yang berkaitan dengan masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera pengelihat, pendengar, peraba, perasa, dan pencium.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan (Kamus Besar Indonesia, 2005:52). Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh(Slameto 2010: 180). Minat merupakan suatu kecendrungan untuk bertindak laku yang berorientasi kepada objek , kegiatan atau pengalaman tertentu, serta kesadaran seseorang suatu soal atau situasi yang bersangkutan paut pada dirinya

Keputusan pemilihan universitas dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk dari perilaku konsumen (Chen dan Zimitat, 2006). Mahasiswa dapat dikatakan sebagai konsumen dari sebuah perguruan tinggi yang memiliki kebutuhan untuk mendapatkan ilmu dan juga gelar dari sebuah jurusan yang diambilnya. Seorang konsumen membutuhkan berbagai macam informasi sehingga didapatkan alternatif terbaik untuk memenuhi kebutuhannya (Fakhri et al., 2017). Oleh karena itu, dibutuhkan informasi tentang perguruan tinggi terkait sebelum calon mahasiswa memutuskan tempat untuk berkuliah.

Keputusan pemilihan perguruan tinggi akan melalui tiga tahapan utama (Sidin, Hussin, dan Soon, 2003). Pertama, seorang calon mahasiswa menyadari bahwa memiliki minat untuk melanjutkan menuntut ilmu di tingkat perguruan tinggi. Kedua, calon mahasiswa mencari informasi penting mengenai perguruan tinggi yang ingin mereka tuju. Ketiga, seorang calon mahasiswa memutuskan untuk mendaftar di perguruan tinggi tertentu.

Ambarwati, Sunarti, and Mawardi (2015) menyatakan terdapat stimuli eksternal berupa rangsangan pemasaran dan lingkungan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil

keputusan. Terdapat berbagai faktor yang dijadikan pertimbangan sebagai dasar pemilihan perguruan tinggi. Sesuai hasil penelitian sebelumnya (Aydin, 2015; Fakhri et al., 2017; Ming, 2010; Ruslan, Ariffin, Islam, & Zaidi, 2014). Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah karakteristik universitas, kualitas dan fasilitas kampus, faktor eksternal, dan faktor pemasaran (komunikasi).

Faktor karakteristik universitas memberikan gambaran umum mengenai kondisi umum yang melekat pada kampus (Fakhri et al., 2017). Sedangkan (Ming, 2010) memasukkan lokasi, program akademik, reputasi kampus, fasilitas pendidikan, biaya, ketersediaan bantuan keuangan, peluang kerja dalam hal faktor karakteristik universitas.

Dalam menentukan pilihan perguruan tinggi mahasiswa juga memperhatikan faktor kualitas dan fasilitas kampus. Yang termasuk dalam faktor tersebut adalah program akademik dan kesempatan untuk bekerja (Ruslan, Arifin, Islam, & Zaidi, 2014). Selain itu kualitas mengajar, koleksi perpustakaan, reputasi universitas, dan struktur program juga merupakan hal-hal yang dinilai masuk sebagai faktor kualitas dan fasilitas kampus (Ming, 2010).

Selain karakteristik universitas dan kualitas kampus, lingkungan eksternal dari orang-orang yang berada di sekitar juga memberikan pengaruh dalam keputusan pilihan universitas. Orang-orang tersebut biasa disebut kelompok referensi termasuk di dalamnya adalah orang tua dan teman (Aydin, 2015; Ruslan, Arifin, Islam, & Zaidi, 2014).

Dalam studinya di Thailand (Pimpa & Suwannapirom, 2007) juga menambahkan guru sekolah menengah atas sebagai seseorang yang dapat memberi pertimbangan pada mahasiswa dalam penentuan Universitas.

Faktor lain yang dinilai penting sebagai pertimbangan tempat berkuliah adalah pemasaran dan komunikasi yang dilakukan oleh universitas. Aydin (2015) mengemukakan bahwa internet dan website, publikasi, dan media (TV, koran, dan majalah) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap proses pemilihan universitas. Sedangkan Ming (2010) membagi usaha komunikasi terhadap mahasiswa kedalam tiga hal yaitu iklan, admisi perwakilan kampus, dan kunjungan ke kampus.

Penelitian ini mencoba menganalisis faktor yang dominan yang membentuk pengambilan keputusan untuk mendaftar sebagai mahasiswa pada perguruan tinggi tertentu. Sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pihak manajemen perguruan tinggi mengenai faktor-faktor yang menjadi alasan mahasiswa dalam pemilihan perguruan tinggi. Pada penelitian ini terdapat beberapa faktor perguruan tinggi yang akan dipilih menurut persepsi masyarakat yaitu perguruan tinggi yang mahasiswanya bisa cepat lulus, perguruan tinggi yang memiliki banyak kegiatan kemahasiswaannya, perguruan tinggi yang memberikan beasiswa, perguruan tinggi yang biaya kuliahnya murah, perguruan tinggi yang mahasiswanya memiliki prestasi olahraga dan lainnya, perguruan tinggi yang memiliki fasilitas belajar yang lengkap, perguruan tinggi yang memiliki kurikulum berbasis kompetensi, perguruan tinggi yang pengajarnya/dosennya profesional, perguruan tinggi yang memiliki program magang kerja, perguruan tinggi yang lulusannya di jamin bekerja.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif dan dengan pendekatan survey. Menurut Satori dan Komariah (2011:25) penelitian kualitatif adalah “suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh katakata

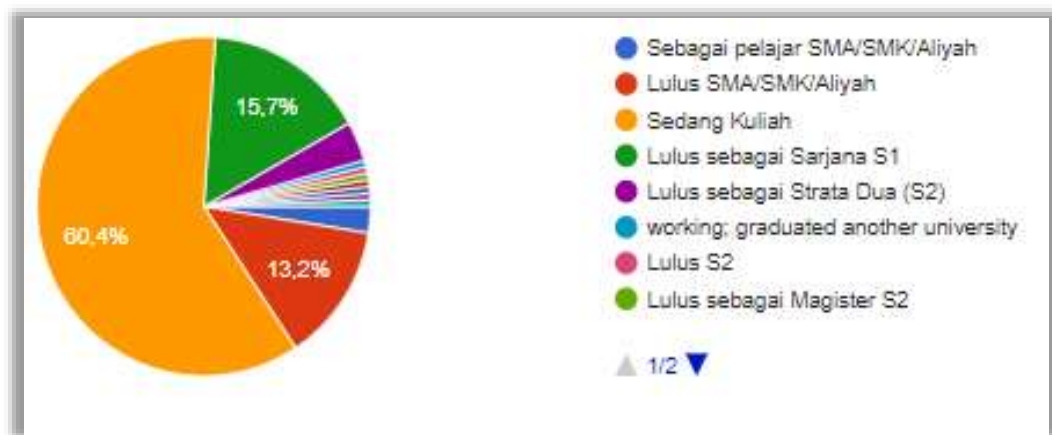
berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang di peroleh dari situasi yang alamiah”.

Populasi penelitian ini adalah masyarakat Banten dengan sampel sebanyak 159. Data pada penelitian ini adalah persepsi masyarakat dalam bentuk pernyataan-pernyataan tertulis mengenai kriteria perguruan tinggi. Untuk mengambil data digunakan angket sederhana yang dirancang sendiri oleh peneliti. Teknik Analisis Data. Data yang sudah terkumpul akan dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekwensi. Kemudian, data-data dalam tabel ini akan diinterpretasikan secara kualitatif.

PEMBAHASAN

Responden

Berdasarkan hasil survei dengan membagikan kuesioner yang dibuat menggunakan aplikasi google drive yang disebarakan melalui media sosial terhadap masyarakat yang berdomisili di Provinsi Banten. Sejumlah 159 responden masyarakat mengisi kuesioner tersebut. Masyarakat sebagai responden pada survey ini terdiri dari pelajar SMA/SMK/MA, sudah lulus SMA/SMK/Aliyah, sedang kuliah, lulus sebagai sarjana, lulus sebagai S2/Magister



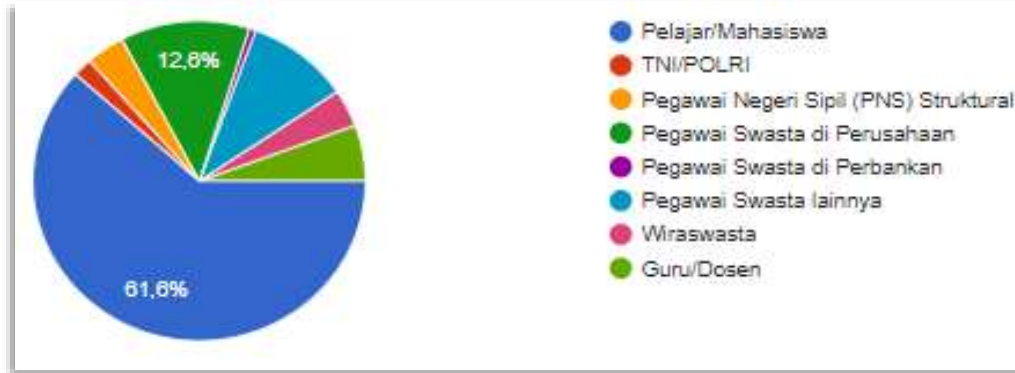
Gambar 1. Grafik Kriteria Responden

Sumber: hasil olah data primer

Prosentase responden pada survei penelitian ini 60,4% sebagai responden dengan status sedang kuliah, 15,7% sebagai responden dengan status lulus sebagai sarjana, 13,2% sebagai responden dengan yang berstatus lulus SMA/SMK/Aliyah. Selebihnya sebesar 10,7% adalah masyarakat lainnya.

Pekerjaan Responden

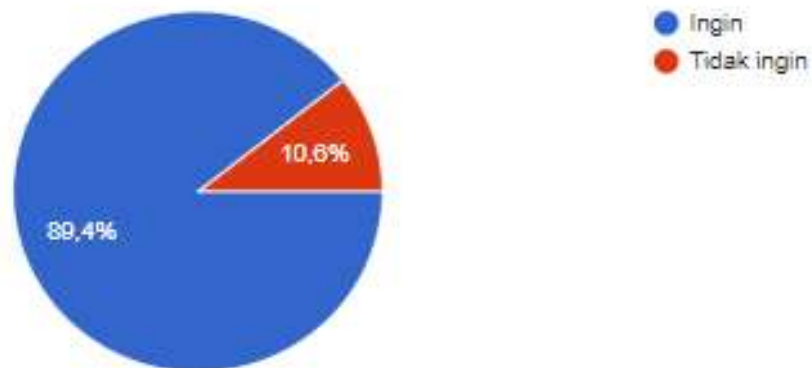
Status pekerjaan responden 61,6% Pelajar/Mahasiswa, 12,6% pegawai swasta di perusahaan, 10% sebagai pegawai swasta lainnya, 5% sebagai guru/dosen dan selebihnya sebesar 10,8% sebagai pegawai lainnya.



Gambar 2. Grafik Pekerjaan Responden
Sumber: hasil olah data primer

Minat Kuliah

Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 160 responden, dengan pernyataan: “apakah anda berkeinginan untuk kuliah atau melanjutkan kuliah kembali ke jenjang berikutnya?”. Sebanyak 80,4% responden menyatakan ingin untuk kuliah dan atau melanjutkan kembali kuliah ke jenjang berikutnya, dan sisanya sebesar 10,6% tidak ingin kuliah atau tidak melanjutkan kuliah kembali. Minat masyarakat untuk kuliah sangat besar dan ini menjadi peluang bagi perguruan tinggi untuk menawarkan program studi yang akan dipilih masyarakat untuk melanjutkan kuliah.



Gambar 3. Grafik Minat Kuliah
Sumber: hasil olah data primer

Menawarkan program studi kepada masyarakat tentunya harus memperhatikan faktor-faktor yang menentukan keinginan masyarakat untuk memilih perguruan tingginya. Pada survey ini terdapat beberapa kriteria perguruan tinggi yang akan dipilih menurut persepsi masyarakat:

1. Perguruan tinggi yang mahasiswanya bisa cepat lulus,
2. Perguruan tinggi yang memiliki banyak kegiatan kemahasiswaannya,
3. Perguruan tinggi yang memberikan beasiswa,
4. Perguruan tinggi yang biaya kuliahnya murah,
5. Perguruan tinggi yang mahasiswanya memiliki prestasi olahraga dan lainnya,

6. Perguruan tinggi yang memiliki fasilitas belajar yang lengkap,
7. Perguruan tinggi yang memiliki kurikulum berbasis kompetensi,
8. Perguruan tinggi yang pengajarnya/dosennya profesional,
9. Perguruan tinggi yang memiliki program magang kerja,
10. Perguruan tinggi yang lulusannya di jamin bekerja.

Berdasarkan pernyataan responden, pada Tabel 1. bahwa 61,9% masyarakat menyatakan untuk memilih perguruan tinggi yang pengajarnya/dosennya profesional. Sebanyak 51,2% masyarakat menyatakan memilih perguruan tinggi yang lulusannya dijamin bekerja. Dan sebanyak 50,6% masyarakat menyatakan memilih perguruan tinggi yang memiliki fasilitas belajar lengkap

Tabel. 1 Faktor-faktor pada perguruan tinggi yang diminati masyarakat

No	Kriteria Perguruan Tinggi	Pernyataan Responden	Dominasi Peringkat
1	Perguruan tinggi yang mahasiswanya bisa cepat lulus	35 (21,9%)	8
2	Perguruan tinggi yang memiliki banyak kegiatan kemahasiswaannya	19 (11,9%)	9
3	Perguruan tinggi yang memberikan beasiswa	63 (39,4%)	5
4	Perguruan tinggi yang biaya kuliahnya murah	59 (36,9%)	6
5	Perguruan tinggi yang mahasiswanya memiliki prestasi olahraga dan lainnya	12 (7,5%)	10
6	Perguruan tinggi yang memiliki fasilitas belajar yang lengkap	81 (50,6%)	3
7	Perguruan tinggi yang memiliki kurikulum berbasis kompetensi	76 (47,5%)	4
8	Perguruan tinggi yang pengajarnya/dosennya profesional	99 (61,9%)	1
9	Perguruan tinggi yang memiliki program magang kerja	46 (28,7%)	7
10	Perguruan tinggi yang lulusannya di jamin bekerja	82 (51,2%)	2

Sumber: hasil olah data primer

Dalam Undang-undang RI Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen disebutkan bahwa dosen adalah pendidik profesional dan ilmuan dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Dalam undang-undang yang sama juga disebutkan bahwa profesional adalah pekerjaan yang memerlukan keahlian, kemahiran, kecakapan, dan pendidikan profesi. Beberapa prinsip profesionalisme yang harus dimiliki seseorang menurut undang-undang ini, antara lain adalah, bakat, komitmen, tanggung jawab, kualifikasi akademik, dan kompetensi yakni kompetensi pedagogik, profesi, sosial dan kepribadian.

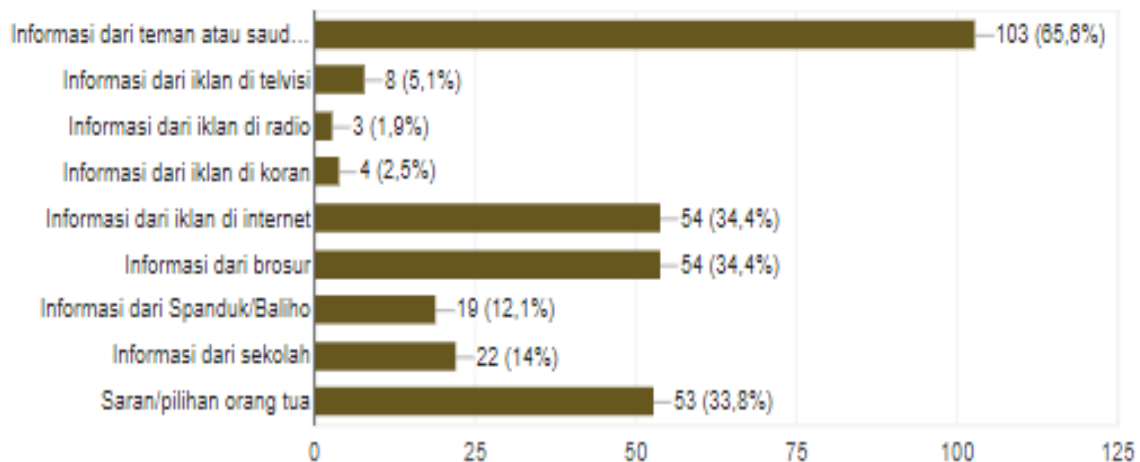
Mahasiswa sebagai pengguna jasa dari dosen, menjadi faktor penting dalam proses pembelajaran di perguruan tinggi. Kehadiran perguruan tinggi di mana dosen mengabdikan adalah untuk melayani mahasiswa. Di pihak lain mahasiswa memiliki ekspektasi tersendiri terhadap mutu

dosen. Dengan kata lain, mahasiswa memiliki kriteria tertentu tentang profesionalisme dosen yang mengajar mereka. Untuk memberi pelayanan yang terbaik kepada mahasiswa, perguruan tinggi perlu mengetahui apa atau bagaimana kriteria dosen yang profesional yang diharapkan mahasiswa.

Untuk menentukan pilihan, sebagai calon mahasiswa tentunya akan mencari informasi penting mengenai perguruan tinggi yang ingin mereka tuju. (Fakhri et al., 2017), (Sidin, Hussin, & Soon, 2003). Media untuk mendapatkan informasi menjadi penting untuk memudahkan masyarakat mendapatkan informasi perguruan tinggi. Pada survey ini ditanyakan kepada masyarakat tentang media informasi, dengan pernyataan sebagai berikut, “Jika anda sekarang akan kuliah, sedang kuliah atau sudah kuliah, darimana anda mendapatkan informasi sehingga anda menentukan pilihan pada perguruan tinggi yang akan anda pilih”.

1. Informasi dari teman atau saudara,
2. Informasi dari iklan di televisi,
3. Informasi dari iklan di radio,
4. Informasi dari iklan di koran,
5. Informasi dari iklan di internet,
6. Informasi dari brosur,
7. Informasi dari spanduk dan baliho
8. Saran pilihan orang tua

Berdasarkan pernyataan responden tentang masyarakat mendapatkan informasi tentang perguruan tinggi, bahwa 65,6% informasi dari teman atau saudara. Sebanyak 34,4% informasi dari iklan di internet. Dan sebanyak 34,4% informasi dari brosur.



Gambar 4. Grafik Sumber Informasi Perguruan Tinggi
Sumber: hasil olah data primer

Selain informasi dari iklan di internet dan informasi dari brosur, Informasi dari teman atau saudara menjadi lebih penting bagi calon mahasiswa untuk menentukan pilihan masuk pada perguruan tinggi tertentu.

Informasi dari teman atau saudara dapat berarti bahwa teman atau saudaranya yang terlebih dahulu memasuki kuliah di perguruan tinggi tersebut merekomendasikan dan memberikan informasi kepada temannya yang akan kuliah di perguruan tingginya, sehingga Image baik perguruan tinggi menjadi sangat penting.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Persepsi masyarakat 80,9%, masyarakat berminat untuk melanjutkan study ke perguruan tinggi. Persepsi masyarakat kriteria perguruan tinggi yang diminati adalah perguruan tinggi yang dosennya profesional, perguruan tinggi yang lulusannya dijamin kerja, perguruan tinggi yang fasilitas belajarnya lengkap. Informasi tentang perguruan tinggi yang didapatkan oleh masyarakat untuk memilih perguruan tinggi didapatkan melalui teman atau saudara yang memberikan informasi, informasi dari iklan di internet, dan informasi dari brosur.

Saran

Perguruan tinggi perlu mengetahui apa atau bagaimana kriteria dosen yang professional yang diharapkan mahasiswa agar dapat memberikan pelayanan baik terhadap mahasiswa. Perguruan tinggi perlu menjalin kerjasama dengan perusahaan tentang penempatan kerja bagi lulusan yang sesuai dengan kualifikasi perusahaan. Perguruan tinggi perlu melengkapi fasilitas belajar bagi mahasiswa, seperti buku di perpustakaan, jaringan internet, laboratorium, ruang belajar yang nyaman dsb. Membangun image baik perguruan tinggi agar mahasiswa/almamaternya menyampaikan informasi baik kepada masyarakat tentang perguruan tingginya. Memperbanyak iklan promosi melalui internet dan brosur.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, M., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(1), 1-7
- Chen, C.-H., & Zimitat, C. (2006). Understanding Taiwanese students' decision-making factors regarding Australian international higher education. *International Journal of Educational Management*, 20(2), 91-100. doi:10.1108/09513540610646082
- Fakhri, M., Gilang, A., & Ratnayu, N. (2017). Analisis Faktor Pembentuk Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Universitas Telkom (Studi Pada Mahasiswa Prodi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2016). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), 1-12.
- Komariah, Aan & Satori, Djam'an. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Fakhri, M., Gilang, A., & Ratnayu, N. (2017). Analisis Faktor Pembentuk Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Universitas Telkom (Studi Pada Mahasiswa Prodi S1.
- Ming, J. S. K. (2010). Institutional Factors Influencing Students' College Choice Decision in Malaysia: A Conceptual Framework. *International Journal of Business and Social Science*, 1(3), 53-58.
- Slameto.2010. *Belajar Dan Factor-Faktor Yang Mempengaruhi*. Bandung: Rineka Cipta
- Sidin, S. M., Hussin, S. R., & Soon, T. H. (2003). An Exploratory Study of Factors Influencing the College Choice Decision of Undergraduate Students in Malaysia. *Asia Pacific Management Review*, 8(3), 259-280.