

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pendidikan merupakan suatu usaha mutlak yang digunakan untuk membentuk manusia menjadi seutuhnya. Pendidikan itu dapat dilakukan secara formal maupun non formal. Pendidikan formal adalah pendidikan yang dilaksanakan disekolah secara teratur, sistematis, mempunyai jenjang dan tingkat yang dilaksanakan mulai dari taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi. Sedangkan pendidikan non formal adalah pendidikan luar sekolah seperti lembaga-lembaga kursus keterampilan dan pelatihan-pelatihan. Perguruan tinggi merupakan salah satu lembaga pendidikan yang ikut serta dalam meramaikan jasa pendidikan baik perguruan tinggi negeri maupun swasta. Di Indonesia saat ini, perguruan tinggi negeri merupakan tujuan banyak para calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan tinggi mereka dengan mengikuti ujian SPMB agar dapat masuk ke perguruan tinggi negeri favorite mereka. Adapun calon mahasiswa yang tidak lolos mengikuti SPMB kemudian mencari alternative lain untuk masuk ke perguruan tinggi swasta agar dapat meneruskan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi. Perguruan Tinggi Swasta berperan dalam memberikan layanan pendidikan kepada calon mahasiswa yang tidak lolos seleksi masuk Perguruan Tinggi Negeri. Banyaknya jumlah Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surakarta, menyebabkan persaingan antar Perguruan Tinggi Swasta yang semakin ketat.

Perguruan Tinggi Swasta perlu mengetahui informasi mengenai kebutuhan dan keinginan mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surakarta.

Dalam menghadapi persaingan antar perguruan tinggi swasta tersebut, disebutkan beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku calon mahasiswa, menurut Parasuraman (1990) menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas layanan meliputi persepsi yang berhubungan dengan sarana fisik (Tangibles), kehandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), jaminan (Assurance), empati (Empathy). Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surakarta berusaha untuk bersaing dengan menarik minat mahasiswa mengenyam pendidikan di salah satu lembaga pendidikan tinggi swasta tersebut. Perguruan Tinggi Swasta perlu mengetahui informasi mengenai kebutuhan dan keinginan mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surakarta. Informasi itu dapat dijadikan dasar pijakan pengambilan keputusan yang berkualitas oleh Perguruan Tinggi Swasta-Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surakarta dalam merebut pangsa pasar. Perguruan tinggi swasta juga tidak kalah bagusnya dengan perguruan tinggi-perguruan tinggi negeri, akan tetapi yang membedakan yaitu biaya kuliah yang sedikit mahal dibandingkan dengan perguruan tinggi negeri. Sinamora (2004) sebuah tekad untuk dapat mencapai tujuannya hanya dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan adanya fakta didunia pendidikan, perguruan tinggi swasta tidak kalah bagus dengan perguruan tinggi negeri. Dengan adanya fakultas-fakultas yang banyak serta menarik, perguruan tinggi swasta ini juga mempunyai akreditasi yang baik pula

sehingga saling berlomba-lomba dalam merebut calon mahasiswa baru. Seperti halnya perguruan tinggi swasta UMS mempunyai macam program studi atau jurusan yang ditawarkan kepada calon mahasiswa. Diantaranyamacam program studi atau jurusan yang ditawarkan antara lain Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Teknik, Fakultas Bahasa, Fakultas Hukum dan sebagainya.

Disamping itu ada hal juga yang dipertimbangkan dalam memilih perguruan tinggi swasta diantaranya status, status adalah gambaran kondisi perguruan tinggi, proses belajar mengajar dapat menjadi pertimbangan calon mahasiswa, kemudian citra dari perguruan tinggi tersebut memberikan gambaran suatu perguruan tinggi yang terkemuka. Se jauh ini di perguruan tinggi swasta, biasanya peminat atau calon mahasiswa cenderung lebih tertarik adalah Fakultas Ekonomi, hal ini dikarenakan tingginya tingkat kebutuhan dunia kerja terhadap tamatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang banyak dibutuhkan oleh lembaga pemerintah maupun swasta. Fakultas Ekonomi merupakan salah satu fakultas yang menawarkan berbagai program studi, diantaranya Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis juga menjadi pilihan yang paling banyak yang dipilih calon mahasiswa dikarenakan dapat dilihat dari berbagai kebutuhan perusahaan-perusahaan mencari para tenaga kerja yang berasal dari lulusan Fakultas Ekonomi. Seperti halnya menurut Kotler dan Amstrong (2000) pemasaran kegiatan analisis, perencanaan, implementasi, dan program – program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara

pertikaran yang menguntungkan dengan konsumen untuk mencapai tujuan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengeerakan. Sejumlah aktivitas telah dilakukan pada mata kuliah ini diantaranya tentang teori – teori kewirausahaan yang didapat waktu proses belajar mengajar. Pesatnya perkembangan dunia bisnis memberikan lapangan kerja yang beragam untuk angkatan kerja. Salah satu yang tergolong dalam angkatan kerja adalah sarjana ekonomi, kemudian yang tamatan dari Fakultas ekonomi juga mampu menciptakan peluang berwirausaha yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain yang membutuhkan. Selain itu calon mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena mereka merasa mampu dalam bidang tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan oleh Hanan and Karp (1991) dibedakan menjadi delapan atribut pembentuk *customer satisfaction* yang dikenal “The Big Eight” yang terdiri dari: *Value to Price Relationship*, *Product Quality*, *Product Features*, *Reliability*, *Warranty*, *Response to and Remedy of Problems*, *Sales experience* dan *Convenience of Acquisition*. Faktor-faktor tersebut dikategorikan dalam tiga kategori yaitu faktor-faktor yang berkaitan dengan produk (kualitas produk, hubungan antara nilai produk dengan harga, bentuk produk dan keandalan produk yang sesuai keinginan pelanggan), faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan (meliputi jaminan dan respon serta cara pemecahan masalah) dan faktor-faktor yang berhubungan dengan pengalaman penjualan (meliputi pengalaman karyawan dan kemudahan serta kenyamanan).

Mahasiswa adalah konsumen/pelanggan dari suatu lembaga pendidikan tinggi (universitas) sehingga konsep kepuasan mahasiswa dapat disamakan dengan kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, sedangkan Wilkie mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa (Tjiptono, 1997). Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan/menikmati sesuatu.

Pada dasarnya Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mahasiswa memilih jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai tempat kuliah diantaranya: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi serta faktor psikologis. Hal yang paling dominan dalam hal tersebut adalah faktor keluarga, individual, pekerjaan, motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap serta minat atau selera. Jika dilihat dari hal tersebut terdapat adanya selera tersendiri dari calon mahasiswa mengenai Fakultas yang dipilihnya (Fakultas Ekonomi dan Bisnis), hal ini menunjukkan adanya persepsi dari Rakhmat Jalaludin (1998) tentang objek atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan atau menafsirkan dari informasi yang didapat. Menurut Schiffman dan Kanuk yang diatasi oleh Suryani (2008) mengartikan persepsi sebagai proses, dimana proses tersebut individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan stimuli menjadi sesuatu yang bermakna. Menurut Christina Whidya Utami (2006) keputusan akan

konsumen dipengaruhi dengan adanya kepercayaan dan sikap, serta berbagai faktor dalam lingkungan sosial konsumen. Dan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di UMS) yaitu bukti fisik (Tangibles), kehandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), jaminan (Assurance), empati (Empathy).

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di UMS. Faktor – faktor yang ingin diketahui pengaruhnya adalah fisik (Tangibles), kehandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), jaminan (Assurance), empati (Empathy).

Penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini antara lain penelitian oleh Wiranugraha (2010), penelitian Esthi (2008) dan Kuntjara (2007), Penelitian Atmawati dan Wahyudin (2008), Penelitian oleh Sawabi (2003). Dengan hasil penelitian sebelumnya peneliti memfokuskan pada minat konsumen dan kepuasan konsumen. Berdasarkan beberapa hal diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil topik penelitian dengan judul :
“ FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN MAHASISWA KULIAH DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI UMS “

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan yang terdiri *reliability* (keandalan), *responsiveness* (keresponsifan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik) dan *empathy*

(empati) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di UMS ?

2. Dari variabel tersebut, variabel manakah yang paling dominan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa, sebagai bahan masukan mengenai kepuasan untuk mahasiswa yang dilakukan dari pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis di UMS.
2. Bagi pihak lain, sebagai bahan informasi dalam bidang pendidikan yang berhubungan dengan kepuasan dalam melayani mahasiswa.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

1. Dari penelitian ini diharapkan untuk mengetahui dan menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di UMS.
2. Dari hasil penelitian ini diharapkan juga dapat menambah khasanah kepustakaan dan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama dimasa mendatang. Manfaat Penelitian

E. Sistematika Penulisan

Penulisan ini akan dipaparkan dalam sistematika sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam Bab 1 akan dijelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian. Selain itu, akan dipaparkan mengenai batasan, metode penelitian secara umum, dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam Bab 2 akan dipaparkan secara terinci kerangka pemikiran, penelitian. Kerangka teoritis dan hipotesis tersebut diperoleh dari berbagai studi literatur yang berkaitan dengan topik penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Dalam Bab 3 akan dipaparkan secara terinci jenis penelitian, populasi, sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, pengukuran dan instrumen penelitian, dan metode analisis yang digunakan.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Dalam Bab 4 akan dipaparkan gambaran umum obyek penelitian, gambaran populasi dan respon, analisis mengenai data-data yang telah diperoleh menggunakan statistik dan model yang telah disusun.

BAB 5 : PENUTUP

Dalam bab 5 akan dipaparkan kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**