

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia semakin terintegrasi. Semua organisasi yang berorientasi laba dan nirlaba harus dapat bertahan dalam menyambut dunia tanpa batas. Globalisasi menjadikan dunia makin sempit sehingga memudahkan organisasi melakukan bisnis melewati batas Negara untuk mencari peluang baru dan bertumbuh. Globalisasi pendidikan yang tidak dapat dibendung, memacu para pengelola Perguruan Tinggi membangun keunggulan bersaing agar dapat bertahan dan bertumbuh di tengah persaingan global. Perguruan Tinggi terutama swasta di Indonesia memiliki hak otonomi untuk mengatur pengelolaannya sendiri termasuk mencari sumber pendapatan untuk menghidupi diri sendiri. Hal ini juga mengakibatkan semakin ketatnya persaingan diantara Perguruan Tinggi untuk menarik minat mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi tersebut.

Perguruan Tinggi sebagai lembaga yang memiliki karakteristik sebagai penyedia jasa pendidikan harus mawas diri dengan melakukan berbagai pembaharuan manajemen pendidikan sehingga mampu menarik minat mahasiswa. Kegagalan dalam pengelolaan akan berdampak pada merosotnya jumlah mahasiswa dan akhirnya berujung pada defisit keuangan Perguruan Tinggi tersebut.

Perguruan Tinggi dalam rangka memenangkan persaingan yang semakin ketat harus melakukan pengelolaan yang efisien dan efektif serta menerapkan strategi

pemasaran yang tepat. Konsep pemasaran harus berorientasi pada pemuasan harapan mahasiswa. Oleh karena itu, organisasi harus memahami mahasiswa dan berupaya tetap dekat dengan mahasiswa dalam menyajikan layanannya (Peter&Olson, 2010). Perguruan Tinggi yang berorientasi pada kepuasan mahasiswa akan memperlakukan mahasiswa sebagai pelanggan utama di Perguruan Tinggi.

Pengelolaan Perguruan Tinggi di Indonesia dinilai oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi yang selanjutnya disebut BAN PT. BAN PT dibentuk dan berfungsi untuk melindungi kepentingan mahasiswa, agar mendapatkan haknya sesuai dengan yang dibayarkan kepada Perguruan Tinggi. Hal itu dikemukakan Asesor BAN PT Sulistiyono, Rektor Universitas Sahid (Usahid) Sutystie, di Kampus Usahid, Jakarta. Selain itu, Perguruan Tinggi Swasta yang selanjutnya disebut PTS juga harus solid dan bersama-sama dalam menghadapi persaingan Perguruan Tinggi asing yang masuk Indonesia (Rifa,2010). Kementerian Pendidikan Nasional (Kemdiknas) memberi batas waktu bagi seluruh Perguruan Tinggi (PT) di Indonesia untuk mengakreditasi seluruh program studinya pada 2012. Wakil Menteri Pendidikan Nasional (Wamendiknas) Fasli Jalal mengatakan bahwa pada 2012, Perguruan Tinggi yang program studinya belum ada status akreditasi tidak dapat mengeluarkan ijazah (Neneng,2010). Hal ini dilakukan sebagai realisasi dari PP Nomor 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan.

Jumlah dan pesatnya pertumbuhan Perguruan Tinggi di Indonesia juga merupakan pemicu perlunya penerapan pemasaran Perguruan Tinggi. Jumlah dan pertumbuhan PTS di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2007,

data APTISI (Asosiasi Perguruan Tinggi Swasta Indonesia) sebanyak 2.761 PTS yang tersebar di seluruh Indonesia, meningkat dua kali lipat lebih apabila dibandingkan pada data 10 tahun sebelumnya, dibandingkan pada tahun 1997 tercatat sebanyak 1.293 PTS (*sumber : Universitas Swasta Terbaik 2010 versi Tempo, 1 agustus 2010*). Jumlah perguruan tinggi yang tercatat dilingkungan Dikti semester ganjil 2008/2009 sebanyak 3.016 yang terdiri atas 83 PTN dan 2.933 PTS

TABEL 1.1

Jumlah Perguruan Tinggi Dilingkungan DIKTI berdasarkan provinsi tempat penyelenggaraan kegiatan pendidikan pada semester ganjil 2008/2009

	NAMA PROVINSI	JUMLAH		NAMA PROVINSI	JUMLAH
01	DKI JAKARTA	323	18	SULAWESI TENGAH	29
02	JAWA BARAT	381	19	SULAWESI SELATAN	203
03	JAWA TENGAH	242	20	SULAWESI TENGGARA	35
04	D I YOGYAKARTA	124	21	MALUKU	22
05	JAWA TIMUR	327	22	BALI	52
06	NANGROE ACEH DARUSSALAM	95	23	NUSA TENGGARA BARAT	45
07	SUMATERA UTARA	239	24	NUSA TENGGARA TIMUR	36
08	SUMATERA BARAT	107	25	PAPUA	39
09	RIAU	69	26	BENGKULU	17
10	JAMBI	37	27	BANTEN	102
11	SUMATERA SELATAN	106	28	MALUKU UTARA	15
12	LAMPUNG	72	29	KEPULAUAN BANGKA BELITUNG	14
13	KALIMANTAN BARAT	40	30	GORONTALO	11
14	KALIMANTAN TENGAH	22	31	IRIAN JAYA BARAT	17
15	KALIMANTAN SELATAN	40	32	KEPULAUAN RIAU	27
16	KALIMANTAN TIMUR	62	33	SULAWESI BARAT	17
17	SULAWESI UTARA	49	Grand Total		3.016

Sumber : Dikti, Kementerian Pendidikan Nasional 2009

Peningkatan jumlah Perguruan Tinggi semakin meramaikan persaingan dunia pendidikan. Ketatnya persaingan berdampak pada meningkatnya biaya mengelola Perguruan Tinggi karena hampir semua organisasi pendidikan ingin berupaya untuk memuaskan mahasiswa hingga kelulusannya.

“The rapid expansion of colleges and universities, significant increases in college education costs combined with demographic shifts in the population are forcing colleges to think differently about the role of student satisfaction for their survival” (Kotler&Fox,1995).

TABEL 1.2

Jumlah Perguruan Tinggi (PTN dan PTS) di propinsi dan kabupaten/kotamadya seluruh Indonesia pada semester ganjil 2008/2009 (Parsial)

KOTAMADYA/KABUPATEN	BENTUK PERGURUAN TINGGI					JUM-LAH	BIDANG KEILMUAN										JUMLAH
	Aka-demi	Insti-tut	Poll-tek-nik	Sek Tinggl	Uni-ver-sitas		AGA-MA	EKO-NOMI	HUMA-NIO-RA	KESE-HAT-AN	MI-PA	PEN-DIDI-KAN	PER-TANI-AN	SE-NI	SO-SIAL	TEK-NIK	
KABUPATEN SIDOARJO	7			4	2	13		5		6	1	3	1		6	18	40
KABUPATEN SITUBONDO	3				1	4		1	1	1			2		2	2	9
KABUPATEN SUMENEP				1	1	2		2		2		4	1		2	1	12
KABUPATEN TRENGGALEK				1		1						2					2
KABUPATEN TUBAN				2	2	4		2		2	2	8	5		3	4	26
KABUPATEN TULUNGAGUNG	1			1	1	3		2		2		4	1		2		11
KEDIRI	8	1	2	11	4	26		17	1	33	6	10	6		11	19	103
MADIUN	5	1	1		1	8		6	1	3		11	2		5	7	35
MALANG	6	4	4	27	13	54	2	78	16	48	17	88	41	4	61	139	494
MOJOKERTO	2		1	1	1	5		1		6		1	1		4		13
PASURUAN	1			1	1	3		1		1		6	1		1		10
PROBOLINGGO	1			1		2				3							3
SURABAYA	13	5	6	30	27	81	1	133	26	106	32	75	26	15	104	200	718

Sumber : Dikti, Kementerian Pendidikan Nasional 2009

Meningkatnya intensitas persaingan global dan domestik, berubahnya preferensi dan perilaku mahasiswa, serta perkembangan teknologi informasi, merupakan sebagian dari sekian banyak faktor yang mendorong Perguruan Tinggi untuk mengalihkan fokusnya ke arah *customer-oriented*. Perguruan Tinggi harus lebih responsif dan berorientasi pada mahasiswa sebagai pelanggan utama dalam memenuhi kepuasan dan keinginan untuk dapat tetap bertahan dalam industri pendidikan.

Aktivitas merekrut mahasiswa merupakan aktivitas yang paling penting bagi Perguruan Tinggi (Ali&Oscar,2004) karena mahasiswa hingga saat ini menempati proporsi sumber dana terbesar. Kotler&Amstrong (2010) dalam bukunya mengatakan bahwa setiap individu dalam organisasi harus berpikir yang mengarah pada mahasiswa dan berupaya semaksimal mungkin untuk membantu menciptakan dan menyampaikan kepuasan dan nilai yang lebih bagi mahasiswa. Proses mempertahankan mahasiswa selama di Perguruan Tinggi sejak masuk hingga kelulusan merupakan hal yang sangat penting (Saymour,1993).

“Increased student retention not only would increase the lifetime tuition revenues from the student but also would provide some synergy for recruitment through low-cost word-of-mouth recommendation promotion activities”
(Ali&Oscar,2004).

Aktivitas promosi *word-of-mouth* sering disebut dengan promosi dari mulut ke mulut. Aktivitas ini sering dilakukan bahkan sejak jaman dahulu sebelum adanya teknologi informasi. Promosi ini sangat efektif dalam membantu proses pemasaran terutama Jasa. Mahasiswa akan mengerakkan mahasiswa lain untuk memilih Perguruan Tinggi. Promosi ini merupakan dampak dari kepuasan dan loyalitas mahasiswa atas pengalaman yang diperoleh dari Perguruan Tinggi. Promosi ini akan menciptakan peluang lebih besar untuk mendapatkan mahasiswa dengan biaya yang rendah. Hal ini sangat menguntungkan bagi Perguruan Tinggi untuk mendapatkan mahasiswa karena banyak penelitian secara konsisten mengatakan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh mahasiswa baru lebih besar dibanding mempertahankan mahasiswa yang ada (Gemme,1997).

Lele dan Sheth (1995) berpendapat bahwa memuaskan mahasiswa adalah pertahanan paling baik melawan pesaing. Menjaga agar mahasiswa memiliki pengalaman yang positif dan puas berarti memberikan perlindungan jangka panjang yang tak dapat ditandingi. Dalam suatu Perguruan Tinggi, mahasiswa merupakan pelanggan primer.

Wilkie (1990) dalam Tjiptono (2000) mendefinisikan kepuasan sebagai tanggapan positif terhadap evaluasi pengalaman konsumsi Jasa. Sementara itu, Engel, et.al. (2001) menyatakan kepuasan mahasiswa merupakan evaluasi positif dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan mahasiswa, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan mahasiswa secara umum merupakan sikap sebagai mahasiswa pada evaluasi terhadap aspek-aspek yang berbeda yang diberikan oleh Perguruan Tinggi dimana sikap mahasiswa akan menggambarkan pengalaman yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dalam pekerjaan sebagai pelajar dan harapan-harapan mengenai pengalaman mendatang. Dampak pengalaman dan kepuasan mahasiswa akan sangat berpengaruh bagi keberlangsungan Perguruan Tinggi dalam menciptakan komunikasi dari mulut ke mulut yang positif dan loyalitas mahasiswa.

Penelitian dalam jurnal yang dilakukan C.Lo (2010) "*How Student Satisfaction Factors Affect Perceived Learning*" membuktikan bahwa faktor kepuasan mahasiswa dalam kegiatan proses belajar mengajar di kelas akan meningkatkan pembelajaran yang efektif sehingga mensukseskan hasil akademik.

Mariska (2011) dalam skripsinya meneliti tentang “Analisis Pengaruh Kinerja Dosen Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa” dan diketahui bahwa intonasi dalam mengajar, kemampuan dan kejelasan dalam menyampaikan materi, kemampuan menguasai kelas, kemampuan memberikan contoh kasus riil dan ketepatan waktu merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Betz (1969) dalam jurnal penelitian tentang “*The Measurement and Analysis of College Student Satisfaction*” mengukur kepuasan mahasiswa dengan dimensi *Policies and Procedures, Working Conditions, Compensation, Quality of Education, Social Life and Recognition* dimana dalam penelitian ini terdapat korelasi antara dimensi – dimensi diatas terhadap kepuasan mahasiswa.

Penelitian Syamsah et al.,(2001) dalam jurnal “Kualitas Jasa Pendidikan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Mahasiswa Perguruan Tinggi di Banjarmasin” mengukur kepuasan mahasiswa dengan menggunakan 6 dimensi milik Gronroos diperoleh bahwa tiga dimensi yang berpengaruh signifikan yaitu : *reliability and trustworthiness, professionalism and skills, serta reputation and credibility*. Tiga dimensi lainnya yaitu : *attitudes and behavior, accessibility and flexibility, serta recovery, tidak berpengaruh signifikan*. Dimensi yang berpengaruh paling besar terhadap kepuasan mahasiswa adalah *reliability and trustworthiness* yang meliputi kompetensi dosen, perbandingan proporsi dosen dan mahasiswa, perlengkapan kelas, silabi, kejujuran karyawan dan kondisi perpustakaan yang terdapat dalam dimensi keandalan.

Ali&Oscar (2004) melakukan penelitian dalam jurnalnya tentang kepuasan mahasiswa bisnis di Pennsylvania “*Business Student Satisfaction, Intentions and Retention in Higher Education*” mengukur kepuasan mahasiswa dengan 3 dimensi yaitu *faculty member, advising staff* dan *classess*. Penelitian tersebut membuktikan bahwa faktor dari komponen fakultas dan faktor dari komponen pembelajaran di kelas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman mahasiswa dan pengalaman positif mahasiswa akan lebih mudah dipuaskan oleh Perguruan Tinggi dan mahasiswa yang puas cenderung untuk terus bertahan hingga waktu kelulusannya. Penelitian ini yang mengilhami penulis untuk menganalisa faktor kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya.

Perguruan Tinggi dalam menciptakan pengalaman positif dan memahami kepuasan mahasiswa, hendaknya mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan dan dijadikan pertimbangan mahasiswa dalam menentukan kepuasannya. Kepuasan mahasiswa adalah kepuasan secara keseluruhan yang dirasakan setelah mengevaluasi pengalaman terhadap jasa kependidikan yang dikonsumsi. Penelitian ini mengadopsi dan memodifikasi model dari *The Student Satisfaction and Retention Model* (Keaveney&Young,1997) untuk membahas dan menganalisa variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa akuntansi di Surabaya yaitu: kinerja dosen, kinerja staf administrasi, proses pembelajaran dan sarana prasarana. Perguruan Tinggi sebagai penyedia jasa harus mengetahui apa yang menjadi harapan mahasiswa dan Jasa yang diberikan haruslah sesuai dengan harapan mahasiswa agar kepuasan dapat dicapai. Kegagalan Perguruan Tinggi merancang

variabel Jasa sesuai dengan keinginan mahasiswa akan mengakibatkan ketidakpuasan mahasiswa dan kerugian sumber daya yang terbatas. Penelitian ini dilakukan dengan melihat dari sudut pandang mahasiswa.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa akuntansi pada Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya adalah :

1. apakah kinerja dosen memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman yang dirasakan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya?
2. apakah kinerja staf administrasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman yang dirasakan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya?
3. apakah proses pembelajaran memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman yang dirasakan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya?
4. apakah sarana dan prasarana memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman yang dirasakan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya?
5. apakah pengalaman mahasiswa memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya?
6. apakah kinerja dosen memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya?
7. apakah kinerja staf administrasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya?

8. apakah proses pembelajaran memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya?
9. apakah faktor sarana dan prasarana memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk meneliti dan mengidentifikasi berbagai faktor yang berpengaruh pada kepuasan mahasiswa agar Perguruan Tinggi dapat melakukan evaluasi terhadap pelayanan jasa yang diberikan kepada mahasiswa sehingga dapat memenuhi harapan mahasiswa dan tujuan Perguruan Tinggi dapat tercapai secara optimal. Penelitian ini secara detail mengukur berbagai faktor yang berpengaruh seperti dibawah ini :

1. meneliti dan mengidentifikasi faktor kinerja dosen dalam mempengaruhi pengalaman mahasiswa dalam rangka mencapai kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya.
2. meneliti dan mengidentifikasi faktor kinerja staf administrasi dalam mempengaruhi pengalaman mahasiswa dalam rangka mencapai kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya.
3. meneliti dan mengidentifikasi faktor proses pembelajaran dalam mempengaruhi pengalaman mahasiswa dalam rangka mencapai kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya.

4. meneliti dan mengidentifikasi faktor sarana dan prasarana dalam mempengaruhi pengalaman mahasiswa dalam rangka mencapai kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya.
5. meneliti dan mengidentifikasi pengalaman mahasiswa dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya.
6. meneliti dan mengidentifikasi faktor kinerja dosen dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya.
7. meneliti dan mengidentifikasi kinerja staf administrasi dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya.
8. meneliti dan mengidentifikasi faktor proses pembelajaran dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya.
9. meneliti dan mengidentifikasi faktor sarana dan prasarana dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa akuntansi pada PTS di Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberikan masukan bagi pengelola Program Studi Akuntansi dalam menerapkan strategi pemasaran yang menitikberatkan pada *student - oriented* sehingga dapat membantu pengelola dalam membangun keunggulan bersaing.
2. Memberi masukan bagi pengelola Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa agar dapat memberikan pelayanan jasa pendidikan yang sesuai dengan kepuasan yang diinginkan mahasiswa sehingga sumber daya terbatas yang

dimiliki Perguruan Tinggi dapat dialokasikan dengan tepat, efisien dan efektif.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan waktu dan biaya sehingga pembahasan akan dibatasi pada mahasiswa akuntansi pada 4 Perguruan Tinggi Swasta yang memiliki segmen pasar yang sama di Surabaya.

1.6. Sistematika Penulisan Penelitian

Sistematika penulisan pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran ringkas yang akan diuraikan pada tiap-tiap bab secara lengkap. Adapun sistematika secara terperinci dipaparkan dibawah ini.

- **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini memaparkan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

- **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini terdiri dari 4 bagian, dimana bagian pertama membahas tentang teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan sebagai bahan acuan, bagian kedua membahas tentang penelitian terdahulu yang sejenis, bagian ketiga membahas tentang kerangka konseptual

untuk membantu menyusun analisis dan proses berpikir yang jelas dan bagian keempat memaparkan hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang diteliti.

- **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Bab ini dibahas mengenai metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, identifikasi dan klasifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengambilan data, skala pengukuran data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, metode analisa data.

- **BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan hasil penelitian yang meliputi gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas, deskripsi variabel-variabel penelitian, pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan.

- **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran atau rekomendasi untuk berbagai pihak yang terkait berdasarkan pada hasil penelitian.