

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini jumlah universitas di Jawa Timur terus mengalami peningkatan. Menurut data BPS tahun 2010, jumlah instansi pendidikan tinggi di Jawa timur mencapai 1545 instansi. Jumlah yang besar ini, memberikan dampak bagi dunia pendidikan tinggi. Salah satunya adalah kompetisi antar pendidikan tinggi, khususnya universitas. Kompetisi ini dapat berupa jumlah mahasiswa baru, prestasi pendidikan, fasilitas, dan sebagainya. Seiring berjalannya waktu kompetisi antar universitas ini semakin ramai dikarenakan tiap universitas bisa saja memiliki program yang sama atau penawaran yang serupa.

Untuk tetap bertahan dalam kompetisi ini, universitas harus melakukan suatu tindakan. Universitas dan fakultas harus berjuang untuk menyediakan kualitas pelayanan yang tinggi karena universitas dan fakultas membutuhkan kualitas pelayanan yang tinggi untuk berkompetisi (Faganel dan Macur, 2005) serta meningkatkan ketertarikan dalam membangun sistem manajemen mutu guna menanggapi tuntutan yang dikenakan oleh lingkungan (Athiyaman dan O'Donnell, 1994).

Kualitas dari suatu universitas merupakan faktor penting yang turut mendukung dalam keberhasilan universitas tersebut. Kualitas dalam pendidikan merupakan kesesuaian dari hasil pendidikan pada tujuan yang telah direncanakan, spesifikasi dan persyaratan yang dibutuhkan agar tujuan tercapai, atau dengan kata lain menghindari 'cacat' dalam proses pendidikan (Crosby, 1979). Memberikan kualitas layanan yang baik merupakan tujuan penting yang harus dimiliki oleh institusi pendidikan tinggi (Alves dan Raposo, 2007). Dengan mengusahakan dan meningkatkan kualitas pelayanan pada intitusi pendidikan tinggi, tentunya ada manfaat (*benefit*) yang ditimbulkan. Secara prinsip, manfaat-manfaat dari *service*

quality mengandung loyalitas, retensi, *positive word of mouth*, dan peningkatan profitabilitas (Smith dan Ennew, 2001). Salah satu manfaat, yaitu *positive word of mouth* (PWOM) juga merupakan salah satu sarana pemasaran dalam suatu universitas. Kualitas pendidikan yang baik serta kepuasan terhadap kualitas pelayanan universitas dapat diberitakan kepada orang lain melalui PWOM, dan berdampak untuk menarik orang lain untuk bergabung dalam universitas (Palmer et. al, 2011). Namun sebaliknya, apabila ketidakpuasan terhadap suatu institusi pendidikan tinggi, maka yang tersebar atau yang diberitakan adalah *negative word of mouth* (NWOM). Maka, WOM merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian atau dengan kata lain WOM merupakan faktor yang sangat penting yang harus diperhatikan.

Banyak penelitian yang sudah dilakukan mengenai fenomena WOM pada pendidikan tinggi atau universitas. Salah satunya Alves dan Raposo (2007). Dalam penelitian yang diberi judul *Conceptual Model of Student Satisfaction in Higher Education* ini, dibahas bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi WOM adalah *value*, *image*, ekspektasi mahasiswa, kualitas, kepuasan, dan loyalitas. Penelitian lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Smith dan Ennew dari University of Nottingham (2001), dalam penelitiannya ditemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi WOM adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari *image*, *functional*, dan *technical*. Dalam penelitian-penelitian tersebut, pembahasan WOM hanya sebatas mengetahui apa saja yang mempengaruhi WOM, namun tidak membahas kecenderungan mahasiswa dalam melakukan WOM, apa yang direkomendasikan kepada orang lain dan bagaimana atribut-atribut tersebut mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan WOM.

Ada sebuah penelitian yang sudah cukup memperlihatkan kecenderungan seseorang dalam melakukan WOM. Penelitian ini dibuat oleh Edison dan Geissler (2011). Penelitian tersebut berjudul *An Investigation of Negative Word of Mouth Communication Among Market Mavens* meneliti mengenai kecenderungan seseorang dalam melakukan WOM, dimana pertanyaan yang diajukan meliputi pertanyaan

fungsional kemudian diajukan pertanyaan yang serupa namun menggunakan model disfungsional. Hal ini untuk mengetahui bagaimana sebenarnya seseorang dalam melakukan WOM, apakah orang tersebut akan merekomendasikan atau tidak. Namun, penelitian ini subyeknya adalah *market mavens* (orang-orang yang ahli dalam bidang pemasaran). Penelitian seperti ini mengenai kecenderungan mahasiswa masih belum ditemui saat ini.

Menurut Swa-Sembada edisi April-Juni 2005 dalam Hananing (2011), dalam keputusan membeli suatu produk atau jasa, rekomendasi dari orang lain berpengaruh sangat besar. Apalagi, bila rekomendasi itu datang dari orang yang dikenal. Dari hasil survei yang telah dilakukan, rekomendasi dari orang yang dikenal memberikan kemungkinan 50 kali lebih besar dibanding rekomendasi orang yang tidak dikenal dalam keputusan membeli suatu produk. Sedangkan menurut hasil penelitian mengenai WOM pendidikan tinggi yang dilakukan oleh Smith dan Ennew (2001), proses-proses yang non akademis memiliki pengaruh yang lebih besar kepada keinginan seseorang untuk merekomendasikan. WOM yang dihasilkan mahasiswa memberikan efek yang besar dan memiliki indikator-indikator yang berkelanjutan (terdiri atas loyalitas mahasiswa, kualitas fungsional, dsb). Dengan kata lain WOM yang dikeluarkan dalam bentuk rekomendasi memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam keputusan pembelian.

Universitas Pelita Harapan Surabaya (UPHS) merupakan salah satu universitas yang telah berdiri selama 4 tahun. Universitas ini merupakan universitas yang memiliki keunikan dalam visi dan misinya, yaitu mengedepankan *holistic education* dan berdiri sebagai Universitas Kristen. Universitas ini juga merupakan 'adik' dari UPH Karawaci yang telah lebih dahulu ada, dan telah meraih kesuksesan. Salah satu faktor kesuksesan yang terlihat pada UPH Karawaci adalah jumlah mahasiswa yang besar. Namun, hal demikian tidak terjadi dengan UPHS, dimana selama 4 tahun jumlah mahasiswa mengalami penurunan.

Berbagai upaya dalam usaha untuk meningkatkan jumlah mahasiswa telah dilakukan. Upaya-upaya ini antara lain adalah promosi di sekolah, pemasangan iklan,

program beasiswa, *Student get student*, dan lain sebagainya. Berbagai upaya yang telah dilakukan ini belum membuahkan hasil yang baik. Berdasarkan data marketing UPHS, pada tahun 2012 penurunan mahasiswa terjadi sangat besar. Hal inilah menjadi masalah yang cukup pelik bagi UPHS hingga saat ini.

Adanya pengaruh WOM dalam keputusan pembelian dan pengaruh antara kualitas dan WOM, maka dalam tugas akhir ini akan meneliti mengenai atribut-atribut kualitas pendidikan yang menunjukkan kecenderungan mahasiswa dalam melakukan WOM, sekaligus mengidentifikasi atribut-atribut yang mempengaruhi WOM. Penelitian ini akan menggunakan metode kano yang berfungsi untuk mengkategorikan atribut-atribut yang berpengaruh terhadap WOM. Salah satu penelitian Kano yang terkenal adalah *How to Delight Your Customer* oleh Sauerwein et.al (1996). Mereka mengidentifikasi masalah yang dimiliki konsumen akibat menggunakan suatu produk, hasilnya berupa kategori masalah-masalah tersebut. Pengkategorian ini digunakan untuk memisahkan antar masalah yang harus segera dibenahi, dipertahankan, dan sebagainya. Dengan metode Kano, dapat terlihat apakah kategori yang berpengaruh terhadap WOM juga diikuti dengan kecenderungan mahasiswa dalam merekomendasikan UPHS.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, masalah yang dihadapi oleh UPHS dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Atribut-atribut apa saja di UPHS yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan atau kepuasan mahasiswa UPHS.
- 2) Pengkategorian atribut berdasarkan metode Kano.
- 3) Bagaimana atribut-atribut tersebut mempengaruhi WOM
- 4) Bagaimana kesesuaian kategori Kano dan pengelompokkan berdasarkan WOM

1.3 Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Mengetahui atribut-atribut di UPHS yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan atau kepuasan mahasiswa.
- 2) Mengetahui bagaimana atribut-atribut kualitas dikategorikan.
- 3) Mengetahui bagaimana atribut-atribut tersebut mempengaruhi WOM
- 4) Mengetahui bagaimana kesesuaian kategori Kano dan pengelompokkan berdasarkan WOM

1.4 Batasan Masalah

Dalam penulisan laporan ini, dilakukan beberapa pembatasan masalah yaitu :

- 1) Pengamatan dilakukan secara internal UPHS dengan sampel mahasiswa angkatan 2009-2012.
- 2) Mahasiswa target penelitian adalah mahasiswa program jenjang S-1.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara menyeluruh penyusunan laporan penelitian ini, maka perlu adanya sistematika penulisannya. Salam sistematika penulisan laporan penelitian ini, akan dibahas hal-hal sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah yang dihadapi, tujuan dan maksud penulisan laporan, dan batasan masalah.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas kerangka pemikiran, hipotesis penentuan obyek penelitian, metode pengumpulan dan penganalisaan data.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bagian yang menjelaskan gambaran umum perusahaan, serta bagaimana penerapan metode yang telah ditetapkan dalam penyelesaian permasalahan yang dihadapi, membandingkan teori dengan praktek di lapangan, serta data-data yang mendukung pembahasan tugas akhir ini.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh isi laporan dan terkait dengan permasalahan yang dihadapi.