

ANALISIS PENGARUH DAYA TERIMA PASAR, TARIF DAN PERSEPSI MUTU PROSES PEMBELAJARAN & PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN MINAT PADA JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI SEMARANG

Rif'ah Dwi Astuti.

Jurusan Administrasi Niaga (AN) Politeknik Negeri Semarang

ABSTRACT

This study analyzes the effect of receive, tariffs and quality perceptions of the learning process and service to increase interest. The formulation of the questions examined in this study were 1). What impact will influence the perception of market acceptance for graduates of interest in selecting majors AN? 2). What impact do perceptions influence the rates of interest specified AN AN chose? and 3). What impact will influence the perception of the quality of the learning process and service in the AN of interests to choose majors AN? Furthermore, variables and indicators of research is also based on previous research.

A model has been developed and three hypotheses have been formulated to address this research problem. The sampling technique was purposive sampling and quota sampling. Respondents from this study amounted to 100 respondents, where respondents were students of the Department AN Semarang State Polytechnic. Data analysis tool used is Structural Equation Modelling (SEM) in AMOS 16.0.

The results of this study data analysis shows the model and research results were well received, and further research is proving the influence of perception on the market acceptance of graduates AN interest in the Department of the AN is positive and significant. Effect of tariff AN Perception of interest in the Department of the AN is not significant. Then the influence of the effectiveness of advertising on consumer buying behavior is positive and significant. And the influence of the learning process and service quality in the AN of interest in the Department is positive and significant.

Key words: Perception Receive Power Markets, Tariffs, Quality & Service Learning Process and Interest on the AN

PENDAHULUAN

Jurusan Administrasi Niaga saatnya terus berbenah memperbaiki mutu pendidikan sehingga para lulusannya memiliki posisi tawar yang baik dalam pasar kerja. Saat ini Jurusan Administrasi Niaga memiliki Program Studi Administrasi Bisnis dengan Konsentrasi Bisnis Internasional, Pemasaran dan Sekretaris. Untuk Program Pemasaran (D3) dan Manajemen Bisnis Internasional (D4) masih dalam proses. Pada sisi yang lain Jurusan Administrasi Niaga dihadapkan pada tantangan global dan persaingan

antar perguruan dan institusi pendidikan. Oleh sebab itu, perlunya menyusun sebuah langkah strategik agar Jurusan Administrasi Niaga tidak hanya dapat mampu bertahan dari arus tuntutan perubahan, tetapi juga keluar menjadi pemenangnya. Langkah strategik awal yang harus dilakukan salah satunya mengukur minat seseorang dalam memilih lembaga pendidikan. Pengukuran ini memiliki peran strategik yaitu masukkan dari para stakeholder tentang apa yang menjadi keunggulan dan apa yang

masih harus dibenahi oleh Jurusan Administrasi Niaga.

Sebuah fakta permasalahan menunjukkan terdapat kecenderungan adanya penurunan minat masuk Jurusan Administrasi Niaga, diawali dengan adanya program Baru di Jurusan Administrasi Niaga (AN) yaitu program Diploma 3 (D3) khusus berbasis lulusan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) periode 2009/2010. Program D3 khusus yang dilaksanakan oleh AN nampak sepi peminat dari kuota minimal 15 orang, yang mendaftar dan yang diterima hanya 13 orang lulus. Kondisi ini merupakan indikasi awal bahwa minat calon mahasiswa untuk masuk di Jurusan Administrasi Niaga (AN) memiliki kecenderungan rendah. Pertanyaan awal yang harus segera terjawab adalah bagaimana di Jurusan Administrasi Niaga (AN) dapat membangun atau meningkatkan minat para lulusan SLTA dan yang sederajat untuk masuk ke AN? Faktor-faktor apa yang harus menjadi pertimbangan AN agar tidak hanya minat yang meningkat tetapi juga terwujudnya keputusan untuk memilih untuk meneruskan pendidikan lanjutan di Jurusan Administrasi Niaga (AN) Polines.

Permasalahan penelitian ini merujuk pada rendahnya minat para lulusan SLTA dan SMK untuk memilih dan melanjutkan pendidikan mereka di Program Studi D3 Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Semarang. Hal ini terbukti dari sumber data Politeknik Dalam Angka tahun 2006, menunjukkan jumlah mendaftar/berminat untuk masuk di Jurusan AN dari tahun 2000-2006 mengalami penurunan adapun jumlahnya berturut-turut mulai dari tahun 2000-2006 adalah sbb 496, 454, 291, 138, 108, 147, 142. untuk tahun

2007-2009 memang sudah ada peningkatan namun jumlahnya masih lebih rendah dibanding Jurusan lainnya seperti Jurusan Akuntansi, Teknik Mesin dan Teknik Elektro, walaupun daya tampung untuk masuk di Jurusan AN dari tahun ke tahun masih sama yaitu sejumlah 192 orang. Oleh sebab itu, permasalahan penelitian yang diajukan adalah bagaimana meningkatkan minat memilih Jurusan AN dapat meningkat sesuai dengan harapan? Selanjutnya pertanyaan penelitian yang akan diuji dalam penelitian ini adalah (1). Apa dampak pengaruh persepsi daya terima pasar atas lulusan AN terhadap minat memilih jurusan AN? 2). Apa dampak pengaruh persepsi tarif yang ditetapkan AN terhadap minat memilih jurusan AN? dan 3). Apa dampak pengaruh persepsi mutu proses pembelajaran dan pelayanan di AN terhadap minat memilih jurusan AN?

TELAAH PUSTAKA

Persepsi Daya Terima Pasar atas Lulusan AN

Pengelolaan pengetahuan dalam menghasilkan lulusan yang siap kerja dan memiliki kompetensi yang bersaing merupakan tahap awal dalam proses dan aplikasi strategi pemasaran modern. Lulusan yang mampu diterima pasar sangat berperan atas terciptanya sebuah keunggulan. Keunggulan inilah yang akan terus menarik minat banyak stakeholder khususnya wali murid dan mahasiswa untuk memilih (Hammond, et al 2009). Bagi jurusan memenuhi apa yang menjadi keinginan pasar dengan lulusan yang sesuai keinginan mereka akan memberi manfaat bagi jurusan yaitu mengurangi resiko potensial dari upaya memenuhi keinginan pasar (Li dan Calantone 1998; dalam Sitorus 2004). Persepsi

daya terima pasar atas lulusan AN merupakan instrumen penting dalam meraih minat para stakeholder untuk memilih jurusan AN. Rendahnya waktu tunggu kerja para lulusan AN dan besaran pendapatan serta kemampuan siap kerja tanpa harus dibekali pelatihan membuat minat terhadap jurusan AN diprediksi akan makin besar. Indikator penelitian persepsi daya terima pasar atas lulusan AN adalah sebagai berikut ; Waktu tunggu tidak lama (X_1), Gaji yang besar (X_2) dan Siap kerja (X_3)

Persepsi Tarif yang ditetapkan AN

Strategi lain yang harus dikembangkan oleh Jurusan AN adalah menetapkan strategi biaya yang sifatnya harga rendah yang kompetitif. Hal tersebut berarti biaya yang dikeluarkan atau kenakan kepada para calon mahasiswa AN harus memiliki unsur kompetitif, misalnya tarif dan kualitas jasa pelayanan internet yang diselenggarakan oleh Jurusan AN harus lebih murah dan unggul dibandingkan para penyedia jasa yang sama diluar lingkungan AN. Tarif bagi sebagian penelitian merupakan instrumen penting yang dapat menggambarkan kualitas suatu produk (barang atau jasa). Kualitas yang baik biasanya diikuti dengan harga (tarif) yang sepadan. Namun ketika organisasi barang atau jasa dihadapkan dengan rendahnya tingkat daya beli masyarakat atau konsumen, maka organisasi harus menyiasati dengan berbagai alternatif (Yin dan Paswan, 2007; Turkyilmaz, dan Ozkan 2007; Wang et al 2004). Indikator penelitian Persepsi Tarif yang ditetapkan AN adalah sebagai berikut ; Kewajaran atas besaran biaya yang ditetapkan (X_4), Kesesuaian biaya dengan pelayanan yang diberikan (X_5) dan Kejelasan penggunaan biaya (X_6)

Persepsi Mutu Proses Pembelajaran dan pelayanan di AN

Mutu proses pembelajaran dan pelayanan di Jurusan AN tidak dapat dilepaskan dari peran para staf pengajar dan administrasi. Mereka merupakan sumber keunggulan dan sekaligus wujud lain dari mutu. Kehadiran mereka harus menjadi prioritas pembinaan dan pengembangan sehingga mutu dapat terjaga dengan baik. Carmelia dan Tishle (2004); Ueltschy, et al (2007), mengingatkan bahwa kinerja yang baik atau mutu yang baik lahir dari mutu kompetensi dan sumber keunggulan khas yang organisasi (Jurusan AN) miliki. Rust dan Chung, (2006); Jayachandran et al (2004) dalam studinya mengatakan tujuan aktivitas bisnis adalah keuntungan yang optimal. Mutu memberi peran penting untuk mencapai tujuan tersebut. Hal tersebut jelas, meskipun Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Semarang merupakan penyelenggara pendidikan milik pemerintah, namun orientasi keuntungan yang optimal tetap menjadi sebuah keharusan. Keuntungan yang optimal tidak harus diukur dari sisi finansial saja, keuntungan yang optimal dapat diukur dari nama baik atau citra positif Polines khususnya jurusan AN di dalam dunia pendidikan dan pasar industri. Indikator penelitian Persepsi Mutu Proses Pembelajaran dan pelayanan di AN adalah sebagai berikut ; Pengetahuan dan kemampuan para Staff pengajar AN (X_7), Kecepatan merespon para staf Administrasi AN (X_8), dan Mutu sarana dan prasarana AN (X_9)

Minat memilih Jurusan AN

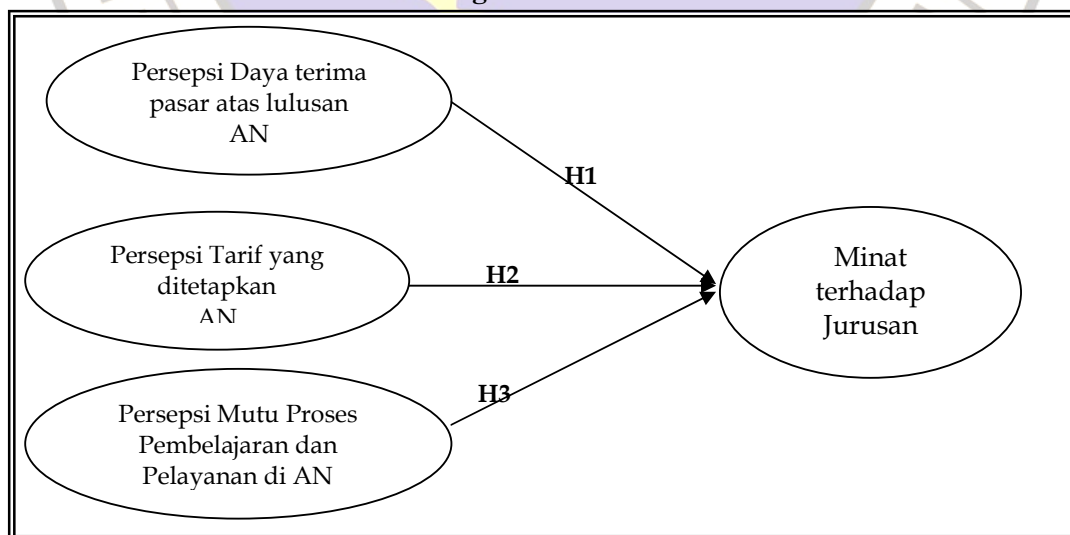
Ferdinand (2006) Djati, dan., Darmawan (2004) berpendapat bahwa minat memilih merupakan sebuah tindakan yang diwujudkan oleh

seseorang (konsumen) dengan melakukan aktivitas tertentu, bentuk aktivitas yang dilakukan sebagai dimensionalisasinya adalah pertama, menjadikan produk tersebut sebagai referensi yang utama atau prioritas. Hal tersebut berarti seseorang telah menjadikan produk tersebut sebagai prioritas yang pertama ketika dia (konsumen) akan melakukan proses pembelian. Kedua, konsumen atau dalam kasus ini adalah para calon mahasiswa akan mencari informasi sebanyak-banyaknya akan produk yang akan dibeli misalnya informasi lokasi, informasi produk yang ditawarkan, biaya dan lain sebagainya. Hal yang terakhir yang menggambarkan minat mereka terhadap jurusan AN atau ketiga adalah melakukan tindakan pendekatan ke Jurusan AN dengan melakukan pilihan produk atau melakukan pilihan program studi yang ditawarkan. Indikator penelitian Minat memilih Jurusan AN adalah sebagai berikut ;

Pengembangan Model Penelitian

Model yang dikembangkan pada penelitian ini tersaji sebagai berikut ini :

Gambar 1
Kerangka Pikir Teoritis



Menjadikan AN sebagai referensi utama (X₁₀), Mencari informasi akan AN (X₁₁), dan Melakukan pendekatan langsung ke AN (X₁₂)

Berdasarkan telaah pustaka dan pengembangan model dapat ditarik hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut ;

Hipotesis 1 ; *Persepsi daya terima pasar atas lulusan AN berpengaruh positif terhadap minat terhadap Jurusan AN.*

Hipotesis 2 ; *Persepsi tarif yang ditetapkan AN berpengaruh positif terhadap minat terhadap Jurusan AN*

Hipotesis 3 : *“Mutu proses pembelajaran dan pelayanan di AN berpengaruh positif terhadap minat terhadap Jurusan AN”.*

Berdasarkan Gambar 2 berupa analisis full model, dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi sebesar 0,156 menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan antara matriks kovarians sampel dengan matriks kovarians populasi yang diestimasi tidak dapat

ditolak. Hasil tersebut menunjukkan diterimanya hipotesis nol (H_0) atau model ini dapat diterima, yaitu terdapat lima konstruk yang berbeda dengan indikator-indikatornya. Selain pengujian berdasarkan nilai probability perlu juga diperkuat dengan nilai – nilai yang lain, seperti pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1
Hasil Uji Full Model

Kriteria	Cut of Value	Hasil	Evaluasi
<i>Chi-Square</i>	χ^2 dengan df : 48 ; p : 5 % = 65,171	58,036	Baik
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	0,152	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,912	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,856	Marginal
TLI	$\geq 0,95$	0,973	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,980	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,209	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,046	Baik

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan hasil pengamatan pada gambar pada grafik analisis full model dapat ditunjukkan bahwa model memenuhi kriteria fit, hal ini ditandai dengan nilai dari hasil perhitungan memenuhi kriteria layak full model. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model keseluruhan memenuhi kriteria model fit.

Hasil Regression Weights Analisis Struktural Equation Modeling

Berdasarkan hasil regression weights analisis Struktural Equation Modeling bahwa setiap indikator pembentuk variabel laten harus menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria yaitu nilai CR di atas 1,96 dengan P lebih kecil dari pada 0,05 dan nilai lambda atau *loading factor* yang lebih besar dari 0,5. Berikut ini Tabel 1 yang menunjukkan hasil yang layak

Tabel 3
Hasil Analisis *Regression Weights*

		Estimate	S.E.	C.R.	P
Minat terhadap_Jur AN	<--- Persepsi daya terima_pasar atas lulus AN	.279	.120	2.328	.020
Minat terhadap_Jur AN	<--- Persepsi Mutu proses_Pembelajaran &_Pelayanan AN	.388	.119	3.264	.001
Minat terhadap_Jur AN	<--- Persepsi tarif yg_ditetapkan AN	.236	.133	1.774	.076
X1	<--- Persepsi daya terima_pasar atas lulus AN	1.000			
X2	<--- Persepsi daya terima_pasar atas lulus AN	.784	.150	5.233	***
X3	<--- Persepsi daya terima_pasar atas lulus AN	.856	.145	5.893	***
X4	<--- Persepsi tarif yg_ditetapkan AN	1.000			
X5	<--- Persepsi tarif yg_ditetapkan AN	.724	.108	6.695	***
X6	<--- Persepsi tarif yg_ditetapkan AN	.773	.111	6.991	***
X7	<--- Persepsi Mutu proses_Pembelajaran &_Pelayanan AN	1.000			
X8	<--- Persepsi Mutu proses_Pembelajaran &_Pelayanan AN	1.133	.126	9.006	***
X9	<--- Persepsi Mutu proses_Pembelajaran &_Pelayanan AN	1.086	.110	9.895	***
X10	<--- Minat terhadap_Jurusan AN	1.000			
X11	<--- Minat terhadap_Jurusan AN	1.062	.145	7.321	***
X12	<--- Minat terhadap_Jurusan AN	.900	.144	6.269	***

Sumber: data primer yang diolah,(2010)

Berdasarkan tabel 1 diatas, menunjukkan 2 hipotesis terbukti, yaitu ditandai dengan nilai CR diatas 1,96 dan P dibawah 0,05. Hipotesis yang terbukti adalah pengaruh antara persepsi daya terima pasar atas lulusan AN terhadap minat terhadap jurusan AN dan persepsi mutu proses pembelajaran dan pelayanan AN terhadap minat terhadap Jurusan AN. Satu hipotesis tidak terbukti, ditandai dengan nilai CR diatas 1,96 dan P diatas 0,05, yaitu

persepsi tarif yang ditetapkan AN tidak terbukti berpengaruh terhadap minat pada jurusan AN..

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Kesimpulan atas Masalah Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mencari jawaban atas rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *bagaimana meningkatkan minat memilih Jurusan AN dapat meningkat sesuai dengan harapan?* Hasil dari

temuan penelitian ini berdasarkan hasil analisis data yang tergambar pada grafik analisis full model (Gambar 4.1) membuktikan dan memberi kesimpulan yaitu melalui 2 (dua) proses dasar minat terhadap Jurusan AN akan dapat meningkat sesuai dengan harapan antara lain, yaitu:

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa mutu proses pembelajaran dan pelayanan di AN merupakan elemen yang paling penting dalam meningkatkan minat terhadap Jurusan AN. Hasil lain mengindikasikan bahwa mutu proses pembelajaran dan pelayanan di AN merupakan variabel dominan yang mempengaruhi terwujudnya minat pada jurusan AN.
2. Hasil analisis data yang tergambar pada grafik analisis full model (Gambar 4.1) dapat ditunjukkan bahwa persepsi daya terima pasar terhadap Jurusan AN merupakan variabel kedua yang mempengaruhi terwujudnya minat terhadap Jurusan AN. Persepsi daya terima pasar terhadap Jurusan AN menjadi instrumen penting bagi mahasiswa dalam upaya mereka untuk ikut berkomunikasi terhadap Jurusan AN Polines kepada pihak lain.

Implikasi Manajerial

Hasil dari temuan penelitian dapat direkomendasikan beberapa implikasi kebijakan sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pihak manajemen. Berikut ini diuraikan beberapa saran alternatif yang bersifat strategis :

- Meskipun secara umum kemampuan dosen dalam memberikan dan menerangkan setiap mata kuliah dinilai cukup baik, namun diharapkan pimpinan Jurusan AN lebih memperhatikan dan mengarahkan agar staf pengajar untuk lebih banyak memberikan contoh dalam bentuk ilustrasi, agar mudah dicerna. Hal ini perlu diperhatikan mengingat saran responden berharap banyak perubahan.
- Merujuk pada beberapa saran responden, maka ke depan diharapkan peralatan praktek dilengkapi, dan peralatan yang ketinggalan jaman. Harapannya mulai digantikan yang baru, misal peralatan praktek pengetikan, komputer dll
- Pimpinan Jurusan Administrasi Niaga diharapkan melakukan membenahan secara bertahap dan berkesinambungan para staf administrasi AN. Di mana keberhasilannya dapat diukur dari menurunnya keluhan atas kinerja staf administrasi dalam hal seperti kurang teliti, data atau kehilangan berkas mahasiswa, dan tidak ada lagi absen mahasiswa yang hilang.
- Saran bagi Pimpinan Jurusan AN untuk mengemas program PKL dengan menjali kerjasama dengan industri dan waktu PKL di tambah menjadi lebih dari 3 bulan.

Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Beberapa keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut : di mana 3 (tiga) hipotesis dalam yang diajukan dalam penelitian ini, 1 diantaranya

ditolak yaitu H_2 : *Persepsi tarif yang ditetapkan AN berpengaruh positif terhadap minat terhadap Jurusan AN*. Oleh karena itu, agenda penelitian mendatang, adalah penelitian ke depan perlu mengupayakan agar instrumen pengujian kesesuaian model penelitian dengan menguji ulang model penelitian ini, pada obyek yang berbeda. Sehingga hasil penelitian yang akan datang diharapkan menjadi lebih baik dan mampu menyempurnakan kekurangan atau keterbatasan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Carmelia , Abraham and Asher Tishlerb, (2004), “ Resources, Capabilities, and the Performance of Industrial Firms: A Multivariate Analysis “, *Managerial and Decision Economics*, Vol. 25, p. 299–315
- Djati, S. Panjta., dan., Didit Darmawan (2004),” Pengaruh kesan kualitas layanan, harga, dan kepuasan mahasiswa PTS terhadap minat mereferensikan kampusnya “, *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*, Vol. 4, p.190-204
- Ferdinand, Augusty, (2006), *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manjajemen, Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis Magister & Disertasi Doktor*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- , (2006), “*Metode Penelitian Manajemen*”, Edisi 2, Badan Penerbitan Universitas Diponegoro
- Hammond, Kevin L., Robert L. Webster., and, Harry A. Harmon, (2009),” The impact of market orientation toward Students and student/faculty ratios on Performance excellence in the case of AACSB – international member schools”, *Academy of Marketing Studies Journal*, Volume 13, Number 2, p.45-58
- Jayachandran, Satish., Kelly Hewett., and., Peter Kufman (2004), “ Customer response capability in sense and respond era: the role of customer knowledge process “, *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol. 32, p.219-233
- Rust, Roland T., and Tuck Siong Chung (2006), " Marketing models of service and relationships ", *Marketing Science*, Vol. 25 No. 6 p. 560-580
- Sitorus, Fredich Howard M., (2004), “ Analisis pengaruh kompetensi pengetahuan pasar terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan produk baru “, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. III, No.1, p.71-88
- Turkyilmaz, Ali and Coskun Ozkan (2007), “ Development of a customer satisfaction index model “, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 107 No. 5 p. 627-687
- Ueltschy, Linda C., Michel Laroche, Axel Eggert, and Uta Bindl (2007), “ Service quality and satisfaction: an international comparison of professional

services perceptions “, *Journal of Services Marketing*, Vol. 21 No. 6 p. 410–423

Wang, Yonggui., Hing Po lo, Renyong Chi., and Yongheng Yang (2004), “ An integrated frame work for customer value and customer-relationship-management performance: a customer-based perspective

from China “, *Managing Service Quality*, Vol.14,p.169-182

Yin, Tong and Audhesh K. Paswan (2007), “ Antecedents to consumer reference price orientation: an exploratory investigation”, *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 16/4 , pg. 269–279

