

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perguruan Tinggi merupakan institusi yang memiliki peran dan posisi strategis dalam pencapaian tujuan pendidikan secara makro, yang perlu melakukan upaya perbaikan secara terus menerus untuk mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas. Keberadaan manusia sebagai sumber daya sangat penting dalam suatu perguruan tinggi karena Tanpa adanya unsur manusia dalam perguruan tinggi, tidak mungkin perguruan tinggi tersebut dapat bergerak dan menuju yang diinginkan.

Menurut UU No. 20 tahun 2003 pasal 19 ayat 1 yang dimaksud Perguruan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi .

Perguruan tinggi juga mempunyai pengertian pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi dari pada pendidikan menengah di jalur pendidikan sekolah.

Perguruan Tinggi di sini adalah tingkatan universitas yang terdiri atas sejumlah fakultas yang menyelenggarakan pendidikan akademik dalam sejumlah disiplin ilmu tertentu.(Barthos,1992:25).

Loyalitas didefinisikan sebagai sebuah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau menggunakan produk atau opsi layanan di masa

mendatang meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan terjadinya perubahan perilaku. (Kotler dan Keller, 2006:135).

Loyalitas merupakan kesediaan konsumen untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan dengan sukarela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada rekan-rekannya. (Loveluck dan Wright, 2007: 133)

Salah satu kondisi yang dihadapi dunia pendidikan tinggi Indonesia saat ini merupakan masalah persaingan antar perguruan tinggi yang bersifat lokal, regional dan global. Dari data Statistik Pendidikan Perguruan Tinggi Kementerian Pendidikan Nasional menyebutkan jumlah PT (Perguruan Tinggi) di Indonesia menunjukkan perkembangan cukup pesat. Untuk tahun 2009/2010 Perguruan Tinggi Swasta yang ada di Indonesia berjumlah 2892 PT dan Perguruan Tinggi Negeri berjumlah 83 PT. Sedangkan jumlah perguruan tinggi tahun 2015/2016 yaitu sebesar 3.225 Perguruan tinggi, yang terdiri 121 Perguruan tinggi negeri dan 3.104 Perguruan Tinggi Swasta. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah perguruan tinggi yang ada di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat di 5 tahun terakhir yaitu sebanyak 212 PT Swasta dan 38 PT Negeri.

Kondisi ini menuntut komitmen dari perguruan tinggi untuk mendapatkan dan memenuhi harapan pelanggannya. Hal ini diperlukan agar dapat memenangkan persaingan dengan perguruan tinggi lain yang kian menjamur dimana-mana. Pengelola lembaga pendidikan sebagai salah satu bentuk perusahaan jasa tidak boleh berfikir bahwa semua produk atau jasa yang

ditawarkannya pasti akan laku seluruhnya tanpa memperhatikan apa yang diinginkan oleh pelanggannya.

Dilihat dari sudut pandang konsumen, situasi ini sebenarnya memberikan keuntungan tersendiri. Semakin banyaknya Perguruan Tinggi yang beroperasi, berarti memberikan keleluasaan bagi mahasiswa untuk menentukan pilihan. Sehingga mendorong PT untuk mampu memberikan pelayanan sebaik mungkin sesuai dengan ekspektasi mahasiswa.

Universitas Negeri Medan merupakan salah satu Perguruan Tinggi Negeri yang turut merasakan persaingan tersebut. Sehingga, agar dapat memenangkan persaingan dengan perguruan tinggi lain pihak perguruan tinggi harus melakukan upaya untuk mendapatkan dan memenuhi harapan pelanggannya.

Dari data Humas Universitas Negeri Medan terdapat lima besar Program Studi peminat terbanyak di UNIMED di tahun 2016 melalui jalur SNMPTN yaitu Prodi PGSD 4.167, Prodi Manajemen 2.464, Prodi Pendidikan Biologi 2.204, Prodi Pendidikan Bahasa Indonesia 2.041, dan Prodi Pendidikan Bahasa Inggris 1.992. Sedangkan peminat keseluruhan prodi sebanyak 36.594.

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa Jurusan Manajemen merupakan salah satu Jurusan yang paling diminati di UNIMED. Ini adalah sebuah pencapaian yang baik sebab dibandingkan jurusan lain yang ada di UNIMED jurusan manajemen merupakan salah satu jurusan yang tergolong baru namun memiliki peminat yang cukup tinggi.

Namun meskipun demikian, terjadi penurunan jumlah peminat seperti pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Jumlah peminat Jurusan Manajemen UNIMED 4 Tahun terakhir

Univeristas	Tahun			
	2012	2013	2014	2015
Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan	1327	4947	3763	3697

Sumber : Web.snmpn.ac.id

Dari data Tabel diatas jumlah peminat jurusan manajemen di Universitas Negeri Medan memang tergolong cukup tinggi namun di 2 tahun terakhir jumlah peminat mulai mengalami penurunan. Dan Jika dibandingkan dengan jurusan serupa di beberapa universitas berbeda di pulau Sumatera maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jumlah peminat Jurusan Manajemen di beberapa Perguruan Tinggi Negeri di Pulau Sumatera selama 4 tahun terakhir

UNIVERSITAS	Peminat Tahun				Akreditasi
	2012	2013	2014	2015	
Universitas Malikussaleh	374	2655	2011	2286	B
Universitas Syiah Kuala	569	3574	1999	2082	A
Universitas Negeri Medan	1327	4947	3763	3697	B
Universitas Sumatera Utara	1539	7524	5435	5608	A
Universitas Andalas	1372	6042	5107	5335	A
Universitas Negeri Padang	669	4040	3406	3425	A
Universitas Riau	1029	6656	4811	5935	B
Universitas Jambi	642	3529	2116	2441	B
Universitas Bengkulu	359	2276	1656	1919	A
Universitas Sriwijaya	1203	4984	4195	4428	A
Universitas Lampung	806	3750	2877	3057	A

Sumber : Web.snmpn.ac.id

Dari tabel di atas maka kita dapat melihat bahwa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan jika dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Negeri lain di Sumatera pada tahun 2012 menempati urutan ke 3. Namun di tahun 2013 sekalipun mengalami peningkatan jumlah peminat Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan turun pada urutan ke 5. Kemudian di dua tahun terakhir konsisten menempati urutan ke 5 sehingga masih perlu melakukan peningkatan, selain itu Jurusan Manajemen Unimed juga masih memiliki akreditasi B.

Jika dikaitkan dengan loyalitas dari definisi di atas dikatakan bahwa loyalitas adalah saat dimana pelanggan akan melakukan pembelian ulang atau pemakaian ulang, tidak mudah terpengaruhi oleh perusahaan lain yang sejenis dan juga akan membentuk promosi gratis bagi perusahaan yaitu dengan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Yang menjadi perhatian penulis adalah rendahnya peminat ini dibandingkan dengan PTN lain ini disebabkan oleh rendahnya loyalitas dari mahasiswa. Sebab, Perguruan Tinggi Negeri tidak begitu khusus melakukan promosi seperti Perguruan Tinggi Swasta, sehingga rekomendasi yang di harapkan untuk sebuah Perguruan tinggi kepada calon mahasiswa baru tersebut belum terpenuhi dan pada akhirnya banyak calon mahasiswa yang tidak mendapat informasi positif mengenai Jurusan yang ada di dalam perguruan tinggi tersebut. Di karenakan Jurusan Manajemen masih tergolong Baru di UNIMED. Belum begitu banyak calon mahasiswa baru yang mengetahuinya dibanding jurusan lain yang sudah ada. Dan pada akhirnya, calon mahasiswa lebih memilih jurusan Manajemen di universitas lain yang sudah lebih dahulu mereka ketahui.

Jurusan Manajemen UNIMED membutuhkan loyalitas dari mahasiswa untuk dapat memberikan rekomendasi mengenai jurusan tersebut. sebab kurangnya rekomendasi diduga menyebabkan Jurusan Manajemen UNIMED peminatnya masih lebih rendah dibanding Jurusan Manajemen di Universitas berbeda dan di 2 Tahun terakhir jumlah peminatnya juga mengalami Penurunan.

Untuk mendapatkan loyalitas mahasiswa kepada insitisi perlu dicermati faktor- faktor yang dapat mempengaruhi intensitas loyalitas tersebut. Di antaranya berkaitan dengan kualitas jasa yang diberikan kepada mahasiswa, kepercayaan dan pengalaman mahasiswa terhadap insititisi. (Joko Riyadi, 2004: 83). Penelitian ini mencoba mengungkapkan bagaimana pengaruh kualitas jasa yang diberikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Tjiptono, 2004 : 59).

Kualitas jasa mencakup usaha untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Hal itu mencakup produk, tenaga kerja, proses maupun lingkungan. Kualitas jasa yang baik akan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan, hubungan yang kuat dengan perusahaan. Selanjutnya ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami dengan seksama keinginan serta kebutuhan pelanggan, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. (Tjiptono, 2005:54).

Dengan demikian, diharapkan tercipta loyalitas dimana dengan kualitas jasa yang diberikan pelanggan akan melakukan pembelian ulang atau pemakaian

ulang, tidak mudah terpengaruhi oleh perusahaan lain yang sejenis dan juga akan membentuk promosi gratis bagi perusahaan yaitu dengan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Perguruan tinggi harus mengetahui dan memperhatikan bagaimana menciptakan dan meningkatkan kualitas jasa atau layanan yang ditawarkan. Kualitas layanan yang diciptakan dan yang akan ditingkatkan tidak bisa diukur dari sudut pandang perusahaan, namun harus dari sudut pandang pelanggan (*perceived quality*). (Kotler, 2004 : 9) Aplikasi kualitas merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh dan bertahan.

Tingginya tingkat persaingan dalam merebut calon pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang lama agar tidak berpindah ke perusahaan pesaing, membuat setiap perusahaan harus benar-benar berfokus pada pelanggan dan berupaya menjalin relasi atau hubungan jangka panjang dengan pelanggan dalam bentuk loyalitas.

Penelitian mengenai pengukuran loyalitas telah banyak dilakukan, diantaranya. penelitian yang dilakukan oleh Sri Wilueng (2011) yaitu “ Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Kajuruhan Malang” menggunakan SERVQUAL. Febri Adimar (2008) “pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tamansiswa Padang” dengan SERVQUAL

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dalam penelitian ini penulis mengukur pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas mahasiswa menggunakan instrumen yang dikemukakan oleh Abdullah (2006), yaitu HEDPERF (*Higher Edicatoin Performance*). Dimensi-dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan ini terdiri dari : *Non Academic aspects* yaitu merupakan item item yang penting untuk mengukur keinginan mahasiswa terhadap tugas yang menjadi kewajiban staf non akademik, *Academic aspects* yaitu merupakan aspek-aspek yang sepenuhnya menjadi kewajiban staf akademik dalam proses belajar mengajar, *Access* yaitu merupakan item-item yang menggambarkan kemudahan dalam berhubungan dengan staf akademik dan non akademik, *Reputation* yaitu merupakan faktor yang menunjukkan pentingnya lembaga pendidikan tinggi dalam memproyeksikan citra profesional. *Program issues* yaitu merupakan faktor yang menekankan pentingnya penawaran program-program akademik dengan struktur yang fleksibel.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perguruan Tinggi dengan Instrumen HEDPERF (*Higher Edicatoin Performance*) Terhadap Loyalitas Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa (aspek akademik, aspek non akademik, reputasi, akses dan program pengajaran) secara simultan terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
2. Bagaimana pengaruh aspek akademik secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
3. Bagaimana pengaruh aspek non akademik secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
4. Bagaimana pengaruh reputasi secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
5. Bagaimana pengaruh akses secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
6. Bagaimana pengaruh Program Pengajaran (*program issues*) secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
7. Bagaimana kualitas pelayanan jasa yang ada di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak meluas maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah sangat penting untuk menentukan fokus penelitian. Untuk itu permasalahan pada penelitian ini dibatasi pada “Kualitas Pelayanan Jasa Perguruan Tinggi menggunakan instrumen HEDPERF terhadap Loyalitas Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”. instrumen HEDPERF dalam pengukuran kualitas jasa yang terdiri dari : aspek akademik, aspek non akademik, reputasi, akses dan Program pembelajaran (*program issues*).

1.4 Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah diatas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan jasa perguruan tinggi (aspek akademik, aspek non akademik, reputasi, akses dan program pengajaran) secara simultan terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh aspek akademik secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

3. Apakah terdapat pengaruh aspek non akademik secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
4. Apakah terdapat pengaruh reputasi secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
5. Apakah terdapat pengaruh akses secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
6. Apakah terdapat pengaruh Program Pengajaran (*program issues*) secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa dengan instrumen HEDPERF secara simultan terhadap loyalitas mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh aspek akademik secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh aspek non akademik secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh reputasi secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
5. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh akses secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
6. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Program Pengajaran (*program issues*) secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti

Memperluas pengetahuan di bidang pemasaran khususnya mengenai masalah kualitas jasa serta berkesempatan untuk mengaplikasikan teori teori yang di dapat selama masa perkuliahan.

- b. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perguruan tinggi dalam mengambil kebijakan terkait dengan peningkatan mutu perguruan tinggi, dan loyalitas mahasiswa sebagai konsumen.

- c. Bagi Universitas Negeri Medan

Tersedianya referensi bagi penelitian lebih lanjut untuk permasalahan yang sama dan referensi pada perpustakaan UNIMED

d. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Manfaat Teoritis

Memperluas pengembangan teori hubungan variabel kualitas jasa dengan instrumen HEDPERF dan loyalitas.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka sistematika penulisan penelitian ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan landasan teori mengenai hal-hal yang berkaitan dengan dan model penelitian. Serta beberapa penelitian terdahulu yang akan mendukung penelitian ini dalam mengembangkan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang variabel-variabel penelitian dan definisioperasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data,metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil pengolahan data dan analisis atas hasilpengolahan data tersebut.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran.

