

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan perekonomian dan kemajuan teknologi telah mendorong pertumbuhan sektor jasa. Hal ini pada akhirnya semakin membuka berbagai peluang baru di bidang jasa, termasuk jasa pendidikan tinggi. Pendidikan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah. Program yang ada dalam pendidikan tinggi ini tidak hanya sarjana melainkan diploma, pendidikan profesi, magister, bahkan doktor. Sedangkan satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi ini dikenal dengan nama perguruan tinggi, baik itu Perguruan Tinggi Negeri maupun Perguruan Tinggi Swasta. Dalam UU No. 12 Tahun 2012 tentang Perguruan Tinggi pada pasal 1 ayat 1 disebutkan bahwa :

“Pendidikan tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia”.

Perguruan Tinggi merupakan salah satu lembaga penyedia jasa, yang bergerak dibidang pendidikan. Keberadaan lembaga ini sangat tergantung pada minat mahasiswa untuk masuk sebagai konsumennya. Kondisi persaingan dalam pelayanan jasa ini akan jelas terlihat pada pelayanan pendidikan. Dalam hal ini persaingan antar lembaga pendidikan ditunjukkan dari penyediaan sarana dan prasarana yang menunjang pendidikan.

Sekarang ini, jumlah perguruan tinggi semakin banyak dan mereka bersaing ketat dengan cara menawarkan berbagai jenis layanan pendidikan yang bermutu tinggi. Di Indonesia jumlah perguruan tinggi yang ada saat ini sekitar 3.280 perguruan tinggi, baik perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta. Dengan semakin banyaknya perguruan tinggi yang berdiri, menyebabkan mahasiswa selaku konsumen semakin diberikan banyak pilihan. Sebaliknya Perguruan Tinggi sebagai penyedia jasa bersaing untuk menarik minat konsumen dengan memberikan pelayanan serta menawarkan berbagai kelebihan baik dari sarana maupun prasarana.

Hal ini juga dilakukan perguruan tinggi bagi pelanggan, pelanggan yang dimaksud dalam perguruan tinggi adalah mahasiswa yang sudah masuk atau berada di dalam perguruan tinggi tersebut. Hal tersebut tentu saja dilakukan agar mereka dapat memenangkan persaingan dengan lembaga pendidikan lain serta memberikan kepuasan kepada mahasiswanya.

Oleh karena itu, setiap perguruan tinggi dituntut untuk memberikan jasa atau layanan pendidikan yang berkualitas dan bernilai tinggi agar mahasiswa merasa puas, semakin percaya, tidak pindah ke perguruan tinggi lain, bahkan mengajak orang lain untuk kuliah di perguruan tinggi tempatnya belajar.

Menurut Kotler dan Keller (2001:177) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Sedangkan menurut Engel et al. (2007:53) menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-

kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Berdasarkan berbagai definisi di atas dapat dilihat bahwa kepuasan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Bila dikaitkan dengan konteks penelitian kepuasan mahasiswa maka dapat didefinisikan bahwa kepuasan mahasiswa sebagai hasil perbandingan antara harapan dengan kinerja atau hasil yang didapatkan dalam proses perkuliahan di perguruan tinggi.

Di lingkungan Universitas Negeri Medan khususnya di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, peminat mahasiswa untuk masuk ke Jurusan Manajemen masih perlu ditingkatkan. Berikut data peminat Jurusan Manajemen dari Perguruan Tinggi Negeri di Pulau Sumatera.

Tabel 1.1
Data Pendaftar Jurusan Manajemen ke Perguruan Tinggi Negeri di Pulau Sumatera Tahun 2012-2015

Nama Perguruan Tinggi	Provinsi	Tahun			
		2015	2014	2013	2012
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH	ACEH	2286	2011	2655	374
UNIVERSITAS SYIAH KUALA	ACEH	2082	1999	3574	569
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN	SUMATERA UTARA	3697	3763	4947	1327
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA	SUMATERA UTARA	5608	5435	7524	1539
UNIVERSITAS ANDALAS	SUMATERA BARAT	5335	5107	6042	1372
UNIVERSITAS NEGERI PADANG	SUMATERA BARAT	3425	3406	4040	669
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM	RIAU	1720	1269	1336	231

UNIVERSITAS RIAU	RIAU	5935	4811	6656	1029
UNIVERSITAS JAMBI	JAMBI	2441	2116	3529	642
UNIVERSITAS BENGKULU	BENGKULU	1919	1656	2276	359
UNIVERSITAS SRIWIJAYA	SUMATERA SELATAN	4428	4195	4984	1203
UNIVERSITAS LAMPUNG	LAMPUNG	3057	2877	3750	806

Sumber : web.snmpn.ac.id

Data diatas menunjukkan bahwa peminat Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan pada tahun 2012 menempati urutan ketiga dan pada tahun 2013, 2014 dan 2015 menempati urutan kelima di Pulau Sumatera. Dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah peminat Jurusan Manajemen di Universitas Negeri Medan.

Hawkin et al (2007:148) mengatakan bahwa *outcome* atau hasil yang diharapkan dari adanya kepuasan konsumen adalah peningkatan penggunaan, pembelian ulang, loyalitas dan *word of mouth*. Jika dikaitkan dengan teori tersebut dari penurunan penggunaan jumlah peminat Jurusan Manajemen di Universitas Negeri Medan dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan dari mahasiswa masih perlu ditingkatkan.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan banyak faktor yang harus dipertimbangkan, menurut Lupiyoadi (2001:58) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga dan

biaya. Sedangkan menurut Rangkuti (2006:46) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah : nilai, daya saing, dan persepsi pelanggan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah fasilitas. Peranan fasilitas kampus menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan mahasiswa mahasiswa. Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi serta fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar yang meliputi fasilitas fisik seperti gedung, perlengkapan dan peralatan (Lupiyoadi, 2006:86).

Penelitian yang dilakukan oleh Pipin Sukandi (2010) yang berjudul “Hubungan antara Fasilitas Kampus terhadap Kepuasan Mahasiswa dalam menghadapi daya saing jasa pendidikan”, dimana fasilitas kampus berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Di Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan, fasilitas yang ada masih perlu ditingkatkan. Seperti proyektor yang masih belum memadai, terdapat beberapa kamar mandi yang rusak sehingga tidak dapat digunakan dengan maksimal, dan masih terdapatnya komputer yang tidak berfungsi secara maksimal mengakibatkan pembelajaran yang tidak efisien.

Citra merek perguruan tinggi juga turut dipertimbangkan, pemilihan pada perguruan tinggi dengan citra merek (*brand image*) yang baik akan lebih diprioritaskan guna memenuhi kebutuhannya, karena pencitraan yang baik suatu perguruan tinggi akan mendapatkan nilai positif di mata mahasiswa dan juga dapat memberikan gambaran mengenai kualitas perguruan tinggi tersebut.

Perengki Susanto (2012) didalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Merek Lembaga terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang” mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Citra (*image*) bisa diartikan sebagai reputasi lembaga tersebut di mata masyarakat.

Perguruan tinggi yang terkenal dan banyak menghasilkan lulusan yang sukses secara umum dikenal sebagai perguruan tinggi yang baik dan bermutu. Citra dari Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan masih perlu ditingkatkan, salah satu contohnya yakni masih ada beberapa orang yang belum tahu bahwa terdapat Jurusan Manajemen (non pendidikan) di Universitas Negeri Medan, masih banyak orang yang mengira bahwa di Universitas Negeri Medan hanya terdapat tamatan pendidikan.

Customer value (nilai pelanggan) adalah salah satu faktor yang juga harus di perhatikan dalam menilai tingkat kepuasan mahasiswa. Semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hatane Samuel dan Devie (2014) yang berjudul “Analisis Pembentukan Nilai Mahasiswa Pengaruhnya kepada Kepuasan Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya” mengatakan bahwa nilai pelanggan (*customer value*) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Pada dasarnya nilai pelanggan didefinisikan sebagai persepsi pembeli tentang nilai yang mewakili suatu pertukaran antara kualitas atau keuntungan

yang mereka rasakan dalam suatu produk atau jasa dengan pengorbanan yang mereka rasakan dengan membayar harga (Zeithaml, 2003:45).

Tingkat nilai pelanggan yang menyatakan bahwa adanya pengorbanan yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan atau menggunakan jasa/produk tertentu. Di Universitas Negeri Medan jurusan Manajemen *customer value* masih perlu ditingkatkan dilihat dari fasilitas yang didapat mahasiswa masih kurang memadai dibandingkan dengan pengorbanan mahasiswa, pengorbanan yang dimaksud adalah biaya, waktu dan energi.

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Supriyono, 2011:14). Biaya menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan mahasiswa, karena biaya yang semakin rendah akan membuat pelanggan menjadi puas dan sebaliknya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Fasilitas, Citra, dan *Customer Value* terhadap Kepuasan Mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan, penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Fasilitas terhadap Kepuasan Mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
2. Bagaimana Citra Perguruan Tinggi terhadap Kepuasan Mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
3. Bagaimana *Customer Value* terhadap Kepuasan Mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
4. Bagaimana Biaya terhadap Kepuasan Mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

1.3 Pembatasan Masalah

Setelah mengidentifikasi permasalahan, penulis melakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah sangat penting untuk menentukan fokus penelitian. Untuk itu maka permasalahan pada penelitian ini dibatasi pada “Fasilitas, Citra, dan *Customer Value* terhadap Kepuasan Mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”.

1.4 Perumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh Fasilitas, Citra dan *Customer Value* secara simultan terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

2. Apakah terdapat pengaruh Fasilitas secara parsial terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Apakah terdapat pengaruh Citra secara parsial terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
4. Apakah terdapat pengaruh *Customer Value* secara parsial terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Fasilitas, Citra dan *Customer Value* secara simultan terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Untuk menganalisis pengaruh Fasilitas secara parsial terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Untuk menganalisis pengaruh Citra secara parsial terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Customer Value* secara parsial terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dari penelitian ini ada 4 yaitu :

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan memperluas wawasan khususnya tentang Fasilitas, Citra, dan *Customer Value* serta mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap Kepuasan Mahasiswa.

2. Bagi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan

Penelitian di harapkan bisa menjadi masukan bagi jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan sebagai sumbangan pemikiran dan sebagai bahan pertimbangan jurusan dalam mengatasi permasalahan mengenai urusan Fasilitas, Citra, dan *Customer Value* untuk meningkatkan Kepuasan Mahasiswa.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai literatur kepustakaan bidang penelitian mengenai pengaruh Fasilitas, Citra, dan *Customer Value* terhadap Kepuasan Mahasiswa.

4. Bagi Pihak Lain

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