

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia pendidikan dalam era globalisasi telah menjadi industri yang berskala internasional. Ini tidak menutup kemungkinan meluasnya pasar industri pendidikan dalam hal ini perguruan tinggi yang semakin meluas. Meluasnya pasar industri pendidikan juga dikarenakan tingkat populasi yang semakin meningkat, perubahan pola hidup serta kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan. Situasi seperti ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan antara industri jasa pendidikan, yang mau tidak mau akan memacu perguruan tinggi untuk dapat memberikan kualitas yang sebaik-baiknya agar dapat memenangkan persaingannya, tentu saja hal itu dilakukan dengan memberikan apa yang diinginkan konsumen.

Karakteristik pelanggan perguruan tinggi relatif beragam dengan faktor dan kriteria kepuasan yang berbeda. Persepsi merupakan proses-proses transaksional antara perseptor dan objek persepsinya, perbedaan menafsirkan satu pesan tentunya bisa dipengaruhi oleh kondisi dan interaksi perseptor terhadap pesan, tentunya perseptor akan mengartikan pesan berbeda antara satu sama lainnya. Ini tidak menutup kemungkinan terjadi pada mahasiswa dalam hal ini pelanggan perguruan tinggi dalam mempersepsikan kualitas yang diterimanya, tentunya dengan berbagai macam latar belakang yang berbeda.

Setiap pengguna jasa pendidikan sudah tentu ingin mencapai keberhasilan belajar semaksimal mungkin. Menurut Slameto (2003:54) agar dapat mencapai

keberhasilan belajar yang maksimal kita harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan belajar. Secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan belajar itu dapat dibagi menjadi dua yaitu :

1. Faktor Internal

Faktor ini merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri dalam hal ini mahasiswa yang bersangkutan dan aktivitasnya dalam mengikuti pembelajaran.

2. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal merupakan faktor yang bersumber dari luar individu itu sendiri. Salah satu faktor eksternal adalah lingkungan kampus.

Faktor-faktor tersebut akan bisa dicapai oleh industri jasa pendidikan apabila pendekatan industri pendidikan menggunakan pendekatan konsumen. Namun bila diamati pendekatan industri pendidikan di Indonesia masih lebih menggunakan pendekatan pada produsen dibanding pendekatan pada konsumen yang berusaha mengenali berbagai karakteristik kebutuhan konsumen. Karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen pengguna jasa pendidikan di Indonesia tidak pernah tereksplorasi, karena industri pendidikan di Indonesia memandang konsumen jasa pendidikan sifatnya homogen. Sehingga jarang sekali muncul pengukuran kepuasan konsumen pengguna jasa pendidikan.

Selama ini sukses tidaknya lembaga pendidikan Indonesia diukur oleh jaminan sarjananya untuk terjun ke pasar tenaga kerja dengan lebih kompetitif. Padahal menurut Gordon dan Partington (1993) dalam Banedictus (2002) lembaga pendidikan yang berkualitas adalah ...

menyediakan lingkungan belajar yang dapat membuat mahasiswanya dapat mencapai tujuan pembelajaran secara efektif berdasarkan standar akademik yang baik, yang menurut Cheng (1995) dalam Banedictus (2002), kualitas jasa pendidikan tercermin dari *input-proses-output* yang dapat memenuhi "*explicit and implicit expectations*", yang kalau tidak dibedakan secara spesifik, menurut Hughes (1998) dalam Banedictus (2002) akan membuat deviasi penilaian kualitas yang tidak dapat diinterpretasikan.

Pengertian kualitas dapat dibedakan menurut pandangan produsen dan konsumen (Krajewski dan Rifzman, 1990) dalam Sri Murwanti dan Nursiam (2004). Definisi menurut produsen adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dalam hal ini produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasi untuk dimensi-dimensi kritis dari tiap bagian yang dihasilkan. Adapun dari sudut pandang konsumen, kualitas berarti nilai, yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyajikan suatu tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar oleh konsumen. Adapun latar belakang peneliti memilih judul "Analisis Faktor Pembeda Persepsi Kualitas Jasa Layanan Pendidikan" antara lain karena pengertian kualitas itu sendiri menyebabkan perbedaan persepsi mengenai apa yang diberikan perguruan tinggi kepada mahasiswa dengan apa yang sebenarnya diinginkan dan diperlukan oleh mahasiswa. Perbedaan ini bisa terjadi karena pihak Universitas tidak selalu dapat merasakan apa yang diinginkan mahasiswanya secara tepat. Penelitian ini juga merupakan replikasi dari artikel Benedictus Komo Budiningsih dalam jurnal *Disertasi, Ekspansi dan Manajemen*

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi obyek penelitian yaitu di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan yang menjadi populasinya adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Latar belakang seluruh mahasiswa perguruan tinggi bermacam-macam dan beraneka ragam, namun dalam penelitian ini batasan penelitian latar belakang mahasiswa yang akan dijadikan indikator sebagai pembeda dalam penelitian ini adalah:

1. Jenis kelamin, terdiri dari laki-laki dan perempuan
2. Tahun angkatan, terdiri dari 4 angkatan, yaitu angkatan tahun 2002, 2003, 2004 dan angkatan 2005 (karena diperkirakan angkatan 2002, 2003, 2004 dan 2005 masih melakukan kegiatan kuliah secara aktif dan sudah merasakan berbagai fasilitas yang tersedia di UMY).
3. Daerah asal, terdiri dari asal Yogyakarta dan luar Yogyakarta.
4. Asal SMA, terdiri dari SMA negeri dan SMA swasta
5. Pekerjaan orang tua, terdiri dari PNS dan bukan PNS

C. Perumusan Masalah

1. Apakah terdapat perbedaan harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa antara mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan.
2. Apakah terdapat perbedaan harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa bagi mahasiswa dengan latar belakang...

3. Apakah terdapat perbedaan harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa bagi mahasiswa dengan latar belakang asal daerah yang berbeda.
4. Apakah terdapat perbedaan harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa bagi mahasiswa dengan latar belakang asal SMA yang berbeda.
5. Apakah terdapat perbedaan harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa bagi mahasiswa dengan latar belakang pekerjaan orang tua yang berbeda.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara khusus akan menelaah lebih dalam mengenai faktor pembeda persepsi kualitas layanan jasa pendidikan dilihat dari berbagai latar belakang (jenis kelamin, tahun angkatan masuk, daerah asal, asal SMA, pekerjaan orang tua). Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis kualitas layanan jasa pendidikan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saat ini sudah sesuai dengan harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa bagi mahasiswanya dengan berbagai latar belakang yang berbeda.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan setidaknya dapat bermanfaat bagi:

1. Dapat memperkaya khasanah studi empiris mengenai topik yang diteliti.
2. Menjadi acuan dalam memberikan kualitas bagi kalangan yang ingin bergerak dalam industri pendidikan.