

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Teknologi modern telah memungkinkan terciptanya komunikasi bebas lintas benua, lintas negara, menerobos berbagai pelosok perkampungan di pedesaan dan menyusup di gang-gang sempit di perkotaan, melalui media audio (radio) dan audio visual (televisi, internet, dan lain-lain). Fenomena modern yang terjadi di awal milenium ketiga ini populer dengan sebutan globalisasi. Paradigma dalam globalisasi adalah perubahan paradigma bisnis terhadap pasar, dimana pasar tidak lagi terbatas pada lingkup negara dimana bisnis itu berada. Pergeseran ini sangat terasa Menurut Bernadette, liberalisasi pendidikan tinggi cenderung membuka akses bagi pemilik modal besar untuk mendiktekan kepentingan dan kebutuhannya kepada pendidikan tinggi berikut sumber dayanya. Pergeseran juga nampak pada industri pendidikan di Indonesia, di mana lembaga pendidikan luar negeri mulai membuka cabangnya di Indonesia ataupun berkerjasama dengan lembaga pendidikan di Indonesia untuk *jointventure*.

Indonesia sudah bertahun-tahun merdeka tetapi kualitas pendidikan belum menggembirakan, mutu pendidikan Indonesia ketinggalan jauh di banding dengan negara-negara tetangga. Pendidikan Indonesia tengah mengalami proses *involusi* dan bergerak tanpa arah yang jelas, dari hari ke hari manusia yang terlibat dalam pendidikan bukannya tumbuh kian cerdas tetapi

mutunya semakin menurun meski input fasilitas fisiknya terus bertambah. Ketidakjelasan arah pendidikan itu menyebabkan pendidikan di Indonesia tidak kompetitif lagi dibandingkan dengan pencapaian negara-negara lain, bahkan di wilayah Asia Tenggara sekalipun.

Bila diamati industri jasa pendidikan di Indonesia masih menggunakan pendekatan produsen, dibandingkan pendekatan 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.

Pengertian kualitas dapat dibedakan menurut pandangan produsen dan konsumen (Krajewski dan Rifzman, 1990, dalam 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. Belum lagi bila berbicara pada kualitas pendidikan Indonesia yang hanya berorientasi pada pembunuhan kreatifitas berpikir dan berkarya serta hanya menciptakan pekerja. Kurikulum yang ada dalam sistem pendidikan Indonesia saat ini sangat membuat peserta didik menjadi pintar namun tidak menjadi cerdas.

Dari berbagai hal yang telah diungkapkan di atas menggambarkan ketidaksesuaian atas kepuasan terhadap industri pendidikan khususnya di Indonesia. Ini tidak menutup kemungkinan terjadi pada mahasiswa dalam hal ini pengguna jasa perguruan tinggi dalam mempersepsikan kualitas yang diterimanya, tentunya dengan berbagai macam latar belakang yang berbeda. Dari perbedaan latar belakang tersebut akan menimbulkan perbedaan tanggapan yang berbeda yang diperoleh masing-masing pengguna jasa pendidikan dan memungkinkan akan timbulnya pengaruh dalam proses pelayanan jasa kepada pengguna maupun organisasi. Adapun latar belakang peneliti memilih judul "ANALISIS FAKTOR PEMBEDA PERSEPSI KUALITAS JASA LAYANAN PENDIDIKAN" yaitu perbedaan persepsi antara kualitas produsen dan kualitas konsumen sehingga muncul berbagai masalah yang timbul di sebuah lembaga dalam memberikan layanan pendidikan.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis kelamin, terdiri dari laki-laki dan perempuan.
2. Jurusan yang terdiri dari Manajemen, Akuntansi, Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan yang melakukan kegiatan kuliah secara aktif dan sudah merasakan berbagai fasilitas yang tersedia di UMY).
3. Alasan masuk, terdiri dari anjuran orang tua, teman, saudara, dan inisiatif sendiri.
4. Daerah asal, terdiri dari asal Yogyakarta dan luar Yogyakarta.
5. Asal sekolah yaitu Asal SMA/SMK yang terdiri dari Negeri dan swasta.

6. Pekerjaan orang tua terdiri dari PNS, karyawan swasta, wiraswasta dan pensiunan.
7. Responden yang dipilih adalah masih aktif kuliah dan sudah merasakan berbagai fasilitas yang disediakan di Fakultas Ekonomi UMY.

C. Perumusan Masalah

1. Apakah mahasiswa laki-laki memiliki harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa yang berbeda dengan mahasiswa perempuan.
2. Apakah mahasiswa dengan Jurusan yang berbeda di Fakultas Ekonomi UMY memiliki harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa yang berbeda.
3. Apakah mahasiswa dengan alasan masuk anjuran dari berbagai orang tua, teman, saudara, dan inisiatif sendiri memiliki harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa yang berbeda.
4. Apakah mahasiswa yang berasal dari daerah Yogyakarta memiliki harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa yang berbeda dengan mahasiswa yang berasal dari luar Yogyakarta.
5. Apakah mahasiswa yang berasal dari asal sekolah yang terdiri SMA/SMK negeri memiliki harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa yang berbeda dengan mahasiswa yang berasal dari SMA/SMK swasta.
6. Apakah mahasiswa dengan latar belakang pekerjaan orang tuanya berbeda memiliki harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa yang berbeda.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mengeksplorasi apakah ada perbedaan dalam nilai harapan, kinerja, kepentingan dan skor kualitas jasa dengan memperhatikan beberapa indikator konsumen pengguna jasa pendidikan berupa jenis kelamin, jurusan, alasan masuk, daerah asal, asal SMU/SMK, pekerjaan orang tua Yang berada di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan setidaknya manfaat sebagai berikut:

1. Dapat memberikan pengalaman penelitian dan menambah pengetahuan bagi peneliti.
2. penelitian ini diharapkan memberikan input bagi lembaga pendidikan dalam memberikan layanan jasa pendidikan yang dibutuhkan konsumen.
3. Sebagai wacana penelitian jasa layanan pendidikan yang akan datang dan membuka wacana pendidikan yang baik dan berkualitas.