

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perguruan tinggi telah menjadi industri yang berkembang pesat dalam pasar yang agresif, kompetitif, dan terus berubah. Perubahan regulasi, struktur populasi, maupun tren mendorong manajemen perguruan tinggi untuk membuat kebijakan yang strategis dan lihai menyelesaikan tantangan serta permasalahan dunia pendidikan tinggi yang terus berubah (Chen, 2017). Berbagai perguruan tinggi mengalami kesulitan dalam merekrut cukup banyak mahasiswa yang memenuhi syarat, demikian juga merekrut dan mempertahankan mahasiswa telah menjadi masalah yang tak kalah penting bagi sebagian besar perguruan tinggi lainnya.

Dalam konteks perguruan tinggi mampu menyediakan layanan berkualitas adalah salah satu prioritas paling penting (Trivellas dan Geraki, 2008), karena peran strategisnya dalam meningkatkan daya saing, menarik mahasiswa baru dan mempertahankan mahasiswa yang sudah ada (Wong dan Sultan, 2013). Kegagalan memberikan layanan pendidikan berkualitas dan kompetitif dapat menimbulkan konsekwensi pada masa depan perguruan tinggi. Data Direktur Pembinaan Kelembagaan Perguruan Tinggi Kemenristekdikti sejak 2015 Kemenristekdikti telah menutup 243 kampus. Lebih lanjut Kemenristekdikti memiliki rencana menutup 1.000 perguruan tinggi yang tidak kompetitif pada tahun 2019. Rencana tersebut juga tidak lepas dari begitu banyaknya jumlah perguruan tinggi di Indonesia yang berjumlah 4.312 terdiri dari 372 perguruan tinggi negeri dan 3.940

perguruan tinggi swasta sehingga banyak perguruan tinggi yang kekurangan mahasiswa.

Imbas ini juga dirasakan oleh berbagai universitas salah satunya Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang. Dalam sepuluh tahun terakhir UNISSULA telah menutup empat prodi dan satu fakultas yakni prodi Teknik Komputer (S1), Teknik Lingkungan (S1), Kebidanan (D3), dan Manajemen (D3) serta Fakultas Ilmu Komunikasi yang akhirnya di merger dengan Fakultas Bahasa. Penutupan Prodi Teknik Komputer, dan Teknik Lingkungan, serta Fakultas Ilmu Komunikasi merupakan hal yang sangat kontradiktif di tengah euforia generasi yang sangat mendewakan teknologi informasi sehingga seharusnya prodi Teknik Komputer dan Fakultas Ilmu Komunikasi merupakan dua bidang paling strategis dan diminati calon mahasiswa. Demikian juga penutupan prodi Teknik Lingkungan menjadi sebuah hal yang kontras ditengah gencarnya kampanye global tentang pentingnya penyelamatan lingkungan. Indikator lemahnya kualitas layanan pendidikan juga terlihat nyata di beberapa prodi salah satunya pada prodi S1 Teknik Informatika yang telah berdiri 16 tahun tepatnya sejak tahun 2003 dan per Agustus 2019 masih terakreditasi C. Realitas tersebut dapat dijadikan dasar kuat dalam mendorong perguruan tinggi bertindak strategis untuk mampu bertahan dan tumbuh berkembang di era persaingan yang sangat keras ini salah satunya melalui peningkatan layanan pendidikannya.

Saat ini, mahasiswa adalah pemangku kepentingan terpenting dari perguruan tinggi. Perguruan tinggi dapat mencapai misinya dengan mengumpulkan informasi tentang kepuasan mahasiswa, karena memahami perspektif mahasiswa dapat

memberikan informasi berharga bagi manajemen untuk mengalokasikan sumber daya dalam merancang program pendidikan yang lebih baik (Hsu, Wang, Cheng, & Chen, 2016).

Tema sentral dari organisasi manapun bergantung pada pengembangan, pemeliharaan, dan peningkatan loyalitas pelanggan terhadap produk atau layanannya (Dick dan Basu, 1994). Sehingga dapat disimpulkan jika kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan adalah konsep kunci yang menentukan. Hubungan antara kepuasan dan loyalitas telah diidentifikasi oleh para peneliti misalnya oleh (Mosahab et al, 2010), (Sultan dan Wong, 2012), (Ali et al 2016). Dalam berbagai konteks pendidikan tinggi layanan pendidikan berbasis *higher educational perform* telah dianggap oleh sebagian besar peneliti sebagai instrument yang lebih tepat untuk mengukur kualitas layanan di perguruan tinggi. *Higher educational perform* terdiri skala lima dimensi untuk mengukur kualitas layanan yang mencakup aspek layanan akademik, layanan non akademik, *programme issues*, akses dan reputasi yang dikembangkan oleh Abdullah (2005). Hasil penelitiannya tentang layanan pendidikan tinggi di Malaysia menunjukkan bahwa mahasiswa tidak menganggap layanan akademik, layanan non akademik, *programme issues*, dan reputasi sebagai hal yang signifikan dalam menentukan kepuasan layanan pendidikan di lembaga pendidikan tinggi. Lebih lanjut dalam penelitiannya diungkapkan bahwa akses adalah satu satunya penentu yang signifikan dari kualitas layanan di lembaga pendidikan tinggi.

Senada dengan hasil penelitian di atas penelitian (Satar Rezaei et al, 2017) yang meneliti kualitas layanan pendidikan tinggi menggunakan kuesioner *service*

quality “SERVQUAL” di Kermanshah University of Medical Sciences (KUMS) Iran menunjukkan bahwa dalam semua dimensi kualitas layanan yakni *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *emphathy*, dan *assurance* menunjukkan kesenjangan yang negatif yang sejalan dengan penelitian sebelumnya (Legcevic 2010), (Chua 2004), (Rasoul Abadi, Shafieian et al, 2013), (Jafari et al 2014) dan (Ghorbani et al, 2014) yang menemukan kesenjangan negatif dalam semua dimensi kualitas layanan pendidikan.

Penelitian Ali (2016) menunjukkan hasil yang berbeda yang menyimpulkan bahwa layanan akademik, layanan non akademik, *programme issues*, akses dan reputasi merupakan faktor yang signifikan dalam menentukan kualitas layanan di perguruan tinggi. Hasil penelitiannya sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya (Abdullah, 2006a), (Afzal et al, 2010), (Hanaysha et al., 2011), (Helgesen dan Nettet, 2011), (Kuh dan Hu, 2001) serta (Sultan dan Wong, 2010a). Temuan dari penelitian tersebut memperkuat argumen lebih lanjut dan menunjukkan bahwa mahasiswa dengan persepsi yang lebih baik dari berbagai dimensi kualitas layanan pendidikan tinggi (aspek akademik, aspek non akademik, *programme issues*, reputasi dan akses) lebih cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi sehingga menghasilkan loyalitas mahasiswa yang lebih baik.

Dalam layanan pendidikan, loyalitas membutuhkan pengembangan hubungan yang kuat dengan mahasiswa yang pada akhirnya memberikan dasar keuangan untuk operasional perguruan tinggi di masa depan. Perguruan tinggi diuntungkan dari memiliki mahasiswa yang loyal tidak hanya ketika mahasiswa sebagai peserta

didik formal, keberhasilan sebuah institusi pendidikan juga tergantung pada loyalitas ketika mahasiswa telah menjadi alumni.

Secara spesifik UNISSULA juga harus mengembangkan strategi pemasarannya dengan fokus pada target pasar utama untuk terus mempertahankan ceruk pasar yang sudah ada serta mengekskansi potensi potensi baru yang belum banyak diperhitungkan. Data UPT Pemasaran dan Kehumasan mengenai sebaran mahasiswa baru berdasarkan asal informasi memilih kuliah di UNISSULA untuk mahasiswa S1 dan D3 pada tahun ajaran 2018-2019 menempatkan keluarga pada daftar teratas.

Tabel 1.1
Asal Informasi Mahasiswa Baru 2018-2019

Media	Jumlah
Keluarga	885
Internet	730
Teman	390
Sekolah	384
Brosur	293
Televisi	76
Surat Kabar	42

Sumber: UPT PH 2018

Realitas tersebut mengindikasikan hal yang sangat penting salah satunya yakni loyalitas. Selain faktor kepuasan terhadap layanan pendidikannya, patut diduga bahwa salah satu faktor yang meningkatkan loyalitas adalah adanya sentimen positif nilai nilai agama (*Islamic values*). UNISSULA yang mengkedepankan Budaya Akademik Islami berlandaskan nilai nilai agama Islam sejalan dengan mayoritas mahasiswa UNISSULA yang berasal dari daerah pesisir pantai utara yang agamis dengan komitmen beragama yang kuat.

Penelitian Suhartanto et al (2019) menunjukkan komitmen terhadap *Islamic values* merupakan penentu penting kesetiaan. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika pelanggan semakin berkomitmen pada agama mereka. Mereka cenderung menjadi lebih setia terhadap hal yang mendekatkan mereka pada identitas agamanya tersebut. Studi ini semakin memperkuat berbagai penelitian sebelumnya seperti Nizar dan Marzouki (2015) yang menyatakan bahwa keyakinan seseorang cenderung sangat terkait dengan agamanya, baik dengan efek langsung, melalui teks-teks suci atau oleh efek tidak langsung melalui budaya individu. Dengan demikian dapat kita tarik kesimpulan bahwa baik sikap maupun perilaku pelanggan terkait erat dengan nilai nilai agama. Tang dan Li (2015) juga berpendapat bahwa nilai nilai agama yang dimiliki seseorang memengaruhi perilaku dan sikap seseorang. Hal tersebut tidak berlebihan karena nilai nilai agama juga menjadi panduan penting karena agama menunjukkan urutan kepercayaan, simbol dan ritual yang terstruktur yang memungkinkan kedekatan individu dengan Tuhan dan sebagai panduan dalam interaksi antara individu dengan orang lain, Nizar dan Marzouki (2015).

Memberikan layanan pendidikan yang berkualitas untuk mendorong kepuasan dan loyalitas mahasiswa merupakan konsen yang penting dalam manajemen perguruan tinggi. Namun, konstruk ini merupakan masalah yang masih banyak diperdebatkan. Ini adalah strategi penting untuk perguruan tinggi. Untuk alasan di atas, penelitian ini penulis berusaha mengeksplorasi hubungan dimensi *higher educational perform* yang terdiri dari layanan akademik, layanan non

akademik, *programme issues*, dan reputasi serta meneliti *Islamic values*, kepuasan dan loyalitas mahasiswa di UNISSULA.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh layanan pendidikan berbasis *higher educational perform* terhadap loyalitas mahasiswa?
2. Bagaimana pengaruh *Islamic values* terhadap loyalitas mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh layanan pendidikan berbasis *higher educational perform* terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa sebagai *variable intervening*?
4. Bagaimana pengaruh *Islamic values* terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa sebagai *variable intervening*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh layanan pendidikan berbasis *higher educational perform* terhadap loyalitas mahasiswa?
2. Menganalisis pengaruh *Islamic values* terhadap loyalitas mahasiswa?

3. Menganalisis pengaruh layanan pendidikan berbasis *higher educational perform* terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa sebagai *variable intervening*?
4. Menganalisis pengaruh *Islamic values* terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa sebagai *variable intervening*?

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan kepada UNISSULA dalam meningkatkan loyalitas mahasiswa melalui berbagai layanan pendidikannya.
2. Bagi kalangan masyarakat yang berkiprah dalam dunia akademik dapat mengembangkan khazanah ilmu manajemen, terutama layanan pendidikan di perguruan tinggi.