

Memacu Kesiediaan Mahasiswa Merekomendasikan Jurusan Pendidikan Ekonomi

Oleh: Hendra Riofita¹
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
e-Mail : hendra.riofita@uin-suska.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memacu pengaruh layanan berbasis kebutuhan mahasiswa terhadap kesiediaan mereka merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi melalui kompetensi berorientasi kebutuhan murid. Data primer yang diproses dengan menggunakan program SPSS dan AMOS didapat dengan mengirimkan kuesioner dalam bentuk *link google form* kepada mahasiswa pendidikan ekonomi di Perguruan Tinggi di Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia, dengan teknik *non probable* dan *snowball sampling*. Temuan menunjukkan bahwa semua hipotesis didukung dan sekaligus mengungkapkan bahwa konstruk-konstruk yang diterapkan dalam penelitian ini dapat mengimplementasikan *resource-based view theory*. Implikasi dan rekomendasi diajukan untuk menindaklanjuti kesimpulan. Penelitian menyimpulkan bahwa jurusan pendidikan ekonomi membutuhkan kompetensi berorientasi kebutuhan murid untuk memacu pengaruh layanan berbasis kebutuhan mahasiswa terhadap kesiediaan mahasiswa untuk merekomendasikan. Temuan juga menunjukkan bahwa baik layanan berbasis kebutuhan mahasiswa dan kompetensi berorientasi kebutuhan murid tersebut secara terpisah juga berpengaruh langsung terhadap kesiediaan mahasiswa merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi.

Kata kunci: layanan, kompetensi, kesiediaan merekomendasikan, guru, pendidikan tinggi

Abstract

This study aims to trigger the effect of student needs-based services on their willingness to recommend economics education department through student needs-oriented competencies. The primary data processed using the SPSS and Amos programs are obtained by sending questionnaires in the form of a Google form link to economics education department students at higher education institutions in Pekanbaru, Riau Province, Indonesia, using non-probable and snowball sampling techniques. The findings show that all hypotheses are supported and as well as reveal that the constructs employed can implement resource-based view theory. Implications and recommendations are proposed to follow up the conclusions. The study concluded that majoring in economics education requires student-oriented competencies to trigger the influence of student-need-based services on student willingness to recommend. The findings also showed that both student need-based services and student-oriented competency separately also have a direct effect on students' willingness to recommend economics education majors.

Keywords: service, competency, willingness to recommendation, teacher, higher education.

PENDAHULUAN

Peran guru ekonomi sangat dibutuhkan untuk pertumbuhan ekonomi. Peran guru tersebut dapat terwujud bila dapat menghasilkan lulusan SMA/SMK/MA yang mampu memanfaatkan esensi scarcities konsep dasar ilmu ekonomi secara kreatif untuk pemenuhan kebutuhan, dan yang mampu

menjadi *problem solver* bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan bangsa (Ismanto, 2015). Bahkan ditambahkan oleh Dahlan, dkk, (2015), peran tersebut dapat diimplementasikan pada sekolah bertaraf internasional karena guru ekonomi tersebut mendapatkan kajian yang relevan dengan kompetensi lulusan yang akan dihasilkan

melalui kurikulum yang disiapkan untuk tujuan tersebut. Peran penting guru ekonomi tersebut harusnya mampu mendorong secara signifikan alumni Sekolah Menengah Atas (SMA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dan Madrasah Aliyah (MA) yang ingin menjadi guru, untuk bergabung ke jurusan pendidikan ekonomi. Namun dari data yang didapatkan pada <https://sidata-ptn-snpmb.bppp.kemdikbud.go.id>, di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) seperti Universitas Negeri Surabaya (Unesa), Universitas Negeri Malang (UM), Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), Universitas Negeri Semarang (Unnes), Universitas Negeri Jakarta (UNJ), Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS), dan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), alumni SMA/SMK/MA pada Tahun 2022 yang berminat untuk bergabung dengan jurusan pendidikan ekonomi, jumlahnya pada kelompok jurusan pendidikan tidak bisa

menempati ranking lima besar. Kebanyakan posisi ranking mereka justru berada diatas sepuluh besar. Padahal jurusan pendidikan ekonomi di tujuh universitas besar tersebut adalah pelopor lahirnya Asosiasi Profesi Pendidik Ekonomi Indonesia (Apropendo) yang menjadi wadah untuk menguatkan peranan pendidik ekonomi termasuk guru ekonomi seperti yang telah diungkapkan oleh Ismanto (2015), yang juga merupakan Ketua I dari Aspropendo tersebut (<https://aspropendo.or.id>). Semestinya posisi ranking yang tinggi akan menunjukkan tingginya peminat dan sekaligus persaingan. Semakin tinggi peminat dan persaingan tersebut, akan semakin tinggi pula peluang jurusan pendidikan ekonomi untuk mendapatkan dan menghasilkan mahasiswa yang sangat kompeten untuk menjalankan peran guru ekonomi tersebut.

Ranking Jurusan Pendidikan Ekonomi Berdasarkan Jumlah Peminat Dalam Kelompok Jurusan Pendidikan di PTN penggagas Asosiasi Profesi Pendidik Ekonomi Indonesia (Aspropendo) pada Tahun 2022

Nama PTN	Jumlah Jurusan Pendidikan di PTN	Ranking Jurusan Pendidikan Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya	36	13
Universitas Negeri Malang	38	16
Universitas Negeri Yogyakarta	41	11
Universitas Negeri Semarang	38	9
Universitas Negeri Jakarta	43	11
Universitas Sebelas Maret Surakarta	26	7
Universitas Pendidikan Indonesia	55	33

Sumber: Data Olahan Tahun 2023 dari <https://sidata-ptn-snpmb.bppp.kemdikbud.go.id/>

Jurusan pendidikan ekonomi harus melakukan upaya yang lebih untuk

mendapatkan minat yang tinggi dari calon mahasiswa untuk bergabung. Ditengah

kompetisi yang ketat dalam merekrut calon mahasiswa, jurusan pendidikan ekonomi dapat memanfaatkan sumberdaya dan kapabilitas yang dimiliki (Baney & Clark, 2007). Mahasiswa adalah sumberdaya dan kapabilitas yang dapat didorong untuk merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi kepada alumni SMA/SMK/MA yang akan meneruskan pendidikan ke perguruan tinggi (Riofita & Harsono, 2019). Cara tersebut telah terbukti efektif untuk meningkatkan jumlah mahasiswa perguruan tinggi. Untuk merealisasikannya, jurusan pendidikan ekonomi sebaiknya memicu kesediaan mahasiswa untuk merekomendasikan tersebut dengan memberikan layanan yang berbasis kebutuhan mereka (Ledden, dkk, 2011; dan Twaissi & Al Kilani, 2015). Layanan tersebut berupa tersedianya sarana dan prasarana berkualitas untuk kebutuhan akademik, terfasilitasinya interaksi akademik yang berkualitas antar dosen, karyawan dengan mahasiswa, dan terwujudnya mutu kerjasama akademik antar dosen, karyawan dengan mahasiswa (Lehtinen & Lehtinen, 1991). Hanya saja temuan Jiewanto dkk, (2012) tidak mendukung hal tersebut. Bahkan De Jager & Gbadamosi (2010) mengungkapkan bahwa layanan tersebut harus dapat menumbuhkan kepercayaan mahasiswa terhadap kompetensi akademik mereka. Oleh sebab itu, layanan yang berkaitan dengan kebutuhan akademik tersebut harus berkorelasi dengan kompetensi yang mereka butuhkan sebagai guru ekonomi.

Di abad 21 ini, kompetensi tersebut harus berbasis kepada kebutuhan murid (Nessipbayeva, 2012). Dengan demikian, selain memberikan layanan yang berbasis kebutuhan mahasiswa untuk memicu kesediaan mereka untuk merekomendasikan, jurusan pendidikan ekonomi juga harus memberikan kompetensi berorientasi kebutuhan murid sebagai penguat pemicu tersebut.

Berdasarkan fenomena yang dikemukakan diatas, penelitian ini bertujuan untuk memicu pengaruh layanan berbasis kebutuhan mahasiswa terhadap kesediaan mereka merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi melalui kompetensi berorientasi kebutuhan murid. Secara berurutan, artikel penelitian ini disusun dari Pendahuluan yang membahas tentang fenomena dan tujuan penelitian; Metodologi yang mengupas tentang responden dan prosedur, instrumen penelitian, analisis data dan analisis hipotesis; Hasil dan Pembahasan yang menguraikan temuan penelitian; dan Kesimpulan yang berisi konklusi, implikasi dan rekomendasi.

Kesediaan Merekomendasikan

Kesediaan merekomendasikan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kesediaan mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi untuk merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi yang menaungi mereka belajar, kepada alumni SMA/SMK/MA yang akan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

Kesediaan merekomendasikan tersebut tidak terlepas dari dorongan nilai-nilai yang mereka dapatkan ketika berinteraksi dengan jurusan pendidikan ekonomi (Roy, dkk, 2020). Temuan penelitian mengungkapkan bahwa nilai-nilai positif yang mereka dapatkan dalam proses belajar akan mendorong kesediaan merekomendasikan tersebut (Belanche, dkk, 2021). Kesediaan tersebut dapat berupa mempromosikan kelebihan jurusan pendidikan ekonomi tempat mereka belajar, menyarankan untuk bergabung dengan jurusan pendidikan ekonomi tempat mereka belajar, merayu untuk bergabung ke jurusan pendidikan ekonomi tempat mereka belajar, dan membantu melakukan pendaftaran ke jurusan pendidikan ekonomi tempat mereka belajar (Muhammad & Artanti, 2016). Dalam penelitian ini, kesediaan tersebut dipicu dengan layanan berbasis kebutuhan mahasiswa dengan kompetensi berbasis kebutuhan murid sebagai mediator.

Layanan Berbasis Kebutuhan Mahasiswa

Sebagai pengguna jasa pendidikan dari jurusan pendidikan ekonomi, mahasiswa berhak mendapatkan layanan yang berkualitas (Chen, dkk, 2019). Sebaliknya, jurusan pendidikan ekonomi berkewajiban untuk memberikannya (Usman & Mokhtar, 2016). Hampir empat dekade yang lalu, hasil penelitian telah menyarankan agar layanan yang harus didapatkan mahasiswa tersebut adalah seperti layanan yang diberikan oleh spesialis pemasaran kepada pelanggan

(Gronroos, 1984), yaitu layanan yang mereka butuhkan (Conan, dkk 1985). Saran tersebut dipandang masih relevan untuk diterapkan saat ini oleh jurusan pendidikan ekonomi. Karena kebutuhan mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi selalu berkaitan dengan kebutuhan akademik, layanan berbasis kebutuhan mahasiswa tentunya adalah layanan yang berbasis kebutuhan akademik tersebut. Oleh sebab itu, penelitian ini mendefinisikan layanan yang berbasis kebutuhan mahasiswa tersebut sebagai layanan yang diberikan oleh jurusan pendidikan ekonomi yang didasarkan kepada kebutuhan akademik mahasiswa (Hanapi & Nordin, 2014). Mengacu kepada Lehtinen & Lehtinen (1991), jurusan pendidikan ekonomi sebaiknya menyediakan sarana dan prasarana akademik yang berkualitas, memfasilitasi interaksi akademik yang berkualitas antar dosen, karyawan dengan mahasiswa, dan mewujudkan mutu kerjasama akademik yang berkualitas antar dosen, karyawan dengan mahasiswa. Layanan yang berkualitas tersebut akan memberikan pengalaman yang berkualitas pula kepada mahasiswa. Kondisi ini menjadikan layanan yang berkualitas tersebut sebagai prediktor bagi kesediaan mahasiswa merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi kepada alumni SMA/SMK/MA (Suer, 2021). Hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Layanan yang berbasis kebutuhan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap kesediaan mereka merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi.

Layanan berbasis kebutuhan mahasiswa juga mendorong untuk terciptanya pendidikan yang berkualitas. Pendidikan yang berkualitas akan menghasilkan alumni yang berkualitas pula (Hanapi & Nordin, 2014). Kualitas alumni jurusan pendidikan ekonomi dicerminkan oleh kompetensi yang mereka miliki (Sallis, 2002).

Kompetensi tersebut menjadi ukuran kapabilitas mereka untuk menjalankan peran sebagai guru ekonomi seperti yang dimaksudkan oleh Ismanto (2015), yaitu mampu memanfaatkan esensi scarcities konsep dasar ilmu ekonomi secara kreatif untuk pemenuhan kebutuhan, dan menghasilkan lulusan yang mampu memecahkan masalah yang berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat dan bangsa. Dengan kata lain, layanan berbasis kebutuhan mahasiswa tersebut berperan untuk membentuk kompetensi berorientasi kebutuhan murid di sekolah tempat mereka mengajar (Hanapi & Nordin, 2014; dan Sallis, 2002). Hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Layanan berbasis kebutuhan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap kompetensi berorientasi kebutuhan murid.

Kompetensi Berorientasi Kebutuhan Murid

Kompetensi yang dimiliki oleh lulusan jurusan pendidikan ekonomi harus menjadi modal intelektual mereka untuk mengajar di sekolah (Gogan, 2014). Sekolah yang mempekerjakan guru kompeten akan

menghasilkan murid yang memiliki kompetensi (Malkawi & Omari, 2018). Karena kompetensi yang dibutuhkan oleh murid saat ini mengacu kepada kebutuhan abad 21 (Arthur, 2006; and Nicolescu & Paun, 2009), sangatlah perlu bagi jurusan pendidikan ekonomi untuk menyiapkan lulusan yang memiliki kompetensi berbasis kebutuhan murid di era moderen (Nessipbayeva, 2012). Oleh sebab itu, kompetensi berbasis kebutuhan murid tersebut dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kompetensi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi yang didasarkan kepada kebutuhan kompetensi murid di era modern (Arthur, 2006; and Nicolescu & Paun, 2009). Kompetensi tersebut adalah dalam bentuk kapabilitas jiwa kepemimpinan, kapabilitas pengayom di lingkungan yang saling menghormati untuk murid dengan latar belakang yang beragam, kapabilitas pemahaman terhadap materi ekonomi yang diajarkan kepada murid, kapabilitas fasilitator bagi murid untuk belajar ekonomi, dan kapabilitas professional dalam mempraktekkan pembelajaran ekonomi (Nessipbayeva, 2012). Penguasaan akan kompetensi tersebut akan memicu kepercayaan diri mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi untuk mengajar di sekolah (De Jager & Gbadamosi, 2010). Kepercayaan tersebut memberikan pengalaman bernilai yang akan mendorong kesediaan mereka untuk merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi tempat mereka belajar kepada alumni SMA/SMK/MK

(Belanche, dkk, (2021). Hipotesis yang diajukan adalah:

H3: Kompetensi berorientasi kebutuhan murid berpengaruh signifikan terhadap kesediaan mahasiswa merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi

Kompetensi Berorientasi Kebutuhan Murid Sebagai Mediator

Kesediaan mahasiswa untuk merekomendasikan dibutuhkan oleh jurusan pendidikan ekonomi untuk meningkatkan peminat calon mahasiswa bergabung sebanyak mungkin seperti di jurusan pendidikan top yang lain agar dapat memiliki dan menghasilkan mahasiswa yang sangat terpilih dan kompeten untuk mengajar ekonomi. Kesediaan merekomendasikan tersebut dapat dipicu dengan memberikan layanan berbasis kebutuhan mahasiswa tersebut (Ledden, dkk, 2011, dan Twaissi & Al Kilani, 2015). Namun temuan Jiewanto dkk, (2012) tidak mendukung hal tersebut. Layanan tersebut juga harus dapat menumbuhkan kepercayaan mahasiswa

METODE PENELITIAN

Responden dan Prosedur

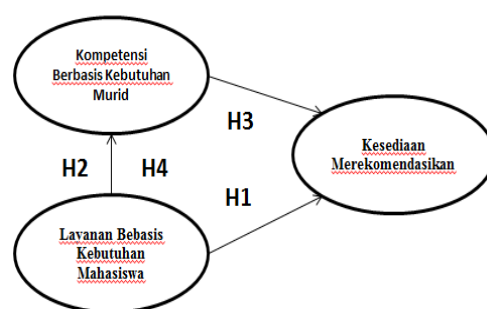
Disain penelitian ini adalah survey yang dilakukan selama 1 bulan. Responden penelitian ini adalah mahasiswa aktif jurusan Pendidikan Ekonomi pada semester ganjil Tahun Akademik 2022/2023 di Perguruan

terhadap kompetensi akademik mereka sebagai guru ekonomi (De Jager & Gbadamosi, 2010). Di abad 21 ini, kompetensi tersebut harus berbasis kepada kebutuhan murid (Nessipbayeva, 2012). Oleh sebab itu, selain memberikan layanan yang berbasis kebutuhan mahasiswa untuk mempengaruhi kesediaan mereka untuk merekomendasikan, jurusan pendidikan ekonomi juga harus memberikan kompetensi yang berorientasi kebutuhan murid sebagai pemicu pengaruh tersebut. Hipotesis yang dibangun:

H4: Kompetensi berorientasi kebutuhan murid memicu pengaruh layanan berbasis kebutuhan mahasiswa terhadap kesediaan mereka merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi.

Berdasarkan fenomena, tinjauan literature dan pengembangan hipotesis diatas, kerangka penelitian ini dikembangkan sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Penelitian



Tinggi di Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia. Peneliti mengirim kuesioner melalui link google form kepada responden-responden yang nomor kontak dan sosial media mereka dimiliki oleh peneliti. Setelah responden-responden tersebut mengisi kuesioner, peneliti meminta mereka untuk mengirimkan link

google form yang berisi kuesioner tersebut kepada teman, rekan dan kerabat mereka yang juga sedang menempuh pendidikan di jurusan pendidikan ekonomi di Perguruan Tinggi di Pekanbaru. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan teknik non probable sampling dan snowball sampling untuk mendapatkan responden. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan kemudahan dalam penyampaian kuesioner, meringankan biaya dan menyingkat waktu dalam mendapatkan data (Zikmund & Babin, 2010; dan Toerien et al., 2016)

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang berisi pertanyaan tertutup yang dikirim kepada responden melalui link google form. Pertanyaan-pertanyaan tersebut diadaptasi dari indikator setiap variabel yang digunakan dengan jawaban dalam bentuk Skala Likert dari 1 – 5, dimana 1 mewakili sangat tidak setuju dan 5 mewakili sangat setuju. Variabel kesediaan merekomendasikan mengadaptasi indikator dari Muhammad & Artanti (2016), yaitu mempromosikan kelebihan (KM1), menyarankan untuk bergabung (KM2), merayu untuk bergabung (KM3), dan membantu melakukan pendaftaran (KM4). Variabel kompetensi berorientasi kebutuhan murid mengadaptasi indikator dari Nessipbayeva (2012), yaitu: kapabilitas jiwa kepemimpinan (KBKM1), kapabilitas pengayom di lingkungan yang saling menghormati untuk murid dengan beragam

latar belakang (KBKM2), kapabilitas pemahaman terhadap materi ekonomi yang diajarkan kepada murid (KBKM3), kapabilitas fasilitator bagi siswa untuk belajar ekonomi (KBKM4), dan kapabilitas profesional dalam mempraktekkan pembelajaran ekonomi (KBKM5). Sementara itu untuk indikator layanan berbasis kebutuhan mahasiswa mengadaptasi indikator dari Lehtinen & Lehtinen (1991), yaitu: menyediakan sarana dan prasarana berkualitas untuk kebutuhan akademik (LBKM1), memfasilitasi interaksi akademik yang berkualitas antar dosen, karyawan dengan mahasiswa (LBKM2), dan meningkatkan mutu kerjasama akademik antar dosen, karyawan dengan mahasiswa (LBKM3).

Analisis Data

Penelitian ini menganalisis data dengan program SPSS dan Amos. Reliabilitas model penelitian dianalisis berdasarkan nilai α Cronbach yang harus memiliki nilai kritikal sebesar 0.5. Sementara itu untuk menganalisis validitas model penelitian, Confirmatory Factor Analysis diterapkan berdasarkan nilai Factor Loading dan Average Variance Extracted (AVE) yang harus memiliki nilai kritikal minimal 0.5 dan nilai Composite Reliability (CR) yang harus memiliki nilai kritikal minimal 0.7. Goodness of fit model dianalisis berdasarkan nilai kritikal dari Chi-Square (CMIN/df): 1 to 3; Probability (P): \geq 0.05; Root Mean Square Error Approximation

(RMSEA): ≤ 0.08 ; Incremental Fix Index (IFI): ≥ 0.90 ; Goodness of Fit Index (GFI): ≥ 0.90 ; Comparative Fix Index (CFI): ≥ 0.95 ; and Tucker-Lewis Index (TLI): 0.95 . Model dikatakan fit bila satu atau lebih dari nilai kritikal tersebut terpenuhi (Hair, dkk, 2017)..

Analisis Hipotesis

Analisis hipotesis didasarkan pada analisis model structural. Hipotesis dinyatakan diterima bila nilai $P < 0.05$, begitu pula sebaliknya. Sementara itu, analisis mediasi dilakukan dengan menggunakan metode *causal step* dari Baron & Kenny (1986) pada tingkat signifikansi 0.05, dengan ketentuan sebagai berikut:

Langkah 1: IV \rightarrow DV adalah signifikan

Langkah 2: IV \rightarrow M adalah signifikan

Langkah 3: IV+M \rightarrow DV adalah signifikan

Bila M adalah signifikan, sementara IV adalah tidak signifikan, M dinyatakan memediasi secara penuh.

Bila M adalah signifikan, IV juga signifikan, M dinyatakan memediasi secara parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden yang berpartisipasi mengisi kuesioner adalah sebanyak 358 orang, namun demikian hanya 353 responden yang datanya layak untuk diproses sebagai data penelitian. Sisanya dibuang karena tidak berasal dari mahasiswa yang kuliah di jurusan pendidikan ekonomi dan tidak menjadi

mahasiswa aktif pada saat penelitian dilakukan. 191 atau 54.11% responden berjenis kelamin perempuan dan 162 atau 45.89% berjenis kelamin laki-laki. 88 atau 24.93% responden adalah mahasiswa semester 1; 74 atau 20.96% responden adalah mahasiswa semester 3; 70 atau 19.83% adalah mahasiswa semester 5; 83 atau 23.51% adalah mahasiswa semester 7; dan 38 atau 10.77% responden adalah mahasiswa di atas semester 7.

Nilai α Cronbach adalah 0.851 atau lebih besar daripada 0.5 sehingga model dinyatakan sangat reliabel. Sementara itu berdasarkan Factor Confirmatory Analysis, ditemukan bahwa faktor loading ada pada rentang 0.723 hingga 0.871, nilai AVE ada pada rentang 0.665 hingga 0.773 dan nilai CR ada pada rentang 0.867 hingga 0.903. Dengan demikian model dinyatakan sangat valid. Berdasarkan nilai goodness of fit dari CMIN/df: 2.395; Probability: 0.000; RMSEA: 0.063, IFI: 0.978; GFI: 0.949; CFI: 0.978; dan TLI: 0.970, sehingga model dinyatakan fit karena lebih dari 1 kriteria memenuhi nilai kritis walaupun nilai Probability ada pada posisi marginal. Dengan demikian, berdasarkan reliabilitas, validitas dan goodness of fit tersebut, hipotesis penelitian layak untuk dianalisis (Hair, dkk, 2017).

Table 1. Reliabilitas dan Validitas Konstruk

Variabel dan Indikator	Factor Loading	AVE	α Cronbach	CR
Layanan Berbasis Kebutuhan Mahasiswa		0.665	0.851	0.867
LBKM1	0.786			
LBKM2	0.836			
LBKM3	0.860			
Kompetensi Yang Beorientasi Kebutuhan Murid		0.733	0.909	0.903
KBKM1	0.819			
KBKM2	0.868			
KBKM3	0.865			
KBKM4	0.723			
KBKM5	0.748			
Kesediaan Merekomendasikan		0.733	0.877	0.879
KM1	0.729			
KM2	0.815			
KM3	0.871			
KM4	0.794			

Sumber: Data Olahan Tahun 2023

Berdasarkan analisis model struktural, H1 didukung karena nilai $P (0.016) < 0.05$ pada standardized estimate 0.134. Dengan demikian temuan mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa layanan berbasis kebutuhan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap kesediaan mereka merekomendasikan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa jurusan ekonomi yang memberikan layanan berbasis kebutuhan mahasiswa dalam bentuk menyediakan sarana dan prasarana berkualitas untuk kebutuhan akademik, memfasilitasi interaksi akademik yang berkualitas antar dosen, karyawan dengan mahasiswa, dan meningkatkan mutu kerjasama akademik antar dosen, karyawan dengan mahasiswa (Lehtinen & Lehtinen, 1991), dapat memicu kesediaan mahasiswa untuk merekomendasikan jurusan ekonomi

tersebut kepada alumni SMA/SMK/MA. Layanan berkualitas tersebut memberikan pengalaman berkualitas pula kepada mahasiswa. Temuan tersebut sekaligus mengkonfirmasi bahwa layanan yang berkualitas tersebut merupakan prediktor bagi kesediaan mahasiswa merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi (Suer, 2021).

Layanan berbasis kebutuhan mahasiswa ditemukan berpengaruh sangat signifikan terhadap kompetensi berorientasi kebutuhan murid karena nilai P jauh dibawah 0.05 pada standardized estimate 0.050. Dengan demikian H2 juga didukung. Temuan tersebut mengkonfirmasi bahwa layanan berbasis kebutuhan mahasiswa yang diberikan jurusan pendidikan ekonomi dapat membentuk kompetensi mahasiswa yang berorientasi kepada kebutuhan murid yang belajar ekonomi (Hanapi & Nordin, 2014; dan Sallis, 2002).

Kompetensi tersebut adalah dalam bentuk kapabilitas jiwa kepemimpinan, kapabilitas pengayom di lingkungan yang saling menghormati untuk murid dengan beragam latar belakang, kapabilitas pemahaman terhadap materi ekonomi yang diajarkan kepada murid, kapabilitas fasilitator bagi siswa untuk belajar ekonomi, dan kapabilitas professional dalam mempraktekkan pembelajaran ekonomi (Nessipbayeva, 2012). Kompetensi tersebut menjadi ukuran kapabilitas mereka untuk menjalankan peran sebagai guru ekonomi seperti yang dimaksudkan oleh Ismanto (2015), yaitu mampu memanfaatkan esensi scarcities konsep dasar ilmu ekonomi secara kreatif untuk pemenuhan kebutuhan, dan menghasilkan lulusan yang mampu memecahkan masalah yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat dan bangsa.

Selanjutnya temuan juga mendukung H3 yang menyatakan bahwa kompetensi berorientasi kebutuhan murid berpengaruh signifikan pada kesediaan merekomendasikan,

karena memiliki nilai $P (0.10) < 0.05$ pada standardized estimate 0.150. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi membutuhkan kompetensi yang dibutuhkan oleh murid yang belajar ekonomi (Finch, et al., 2016). Kompetensi tersebut menjadi nilai penting bagi mereka untuk dipercaya mengajar ekonomi di sekolah (Malkawi & Omari, 2018). Dengan kata lain temuan tersebut mengkonfirmasi bahwa kompetensi tersebut memicu kepercayaan diri mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi untuk mengajar di sekolah (De Jager & Gbadamosi, 2010). Kepercayaan tersebut menjadi pengalaman bernilai yang akan mendorong kesediaan mereka untuk merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi tempat mereka belajar kepada alumni SMA/SMK/MA untuk bergabung agar bisa menjadi guru ekonomi yang memiliki kompetensi berorientasi kebutuhan murid seperti yang mereka miliki (Belanche, dkk, 2021).

Tabel 2. Analisis Hipotesis

Hubungan Antar Variabel	Standardized estimate	P	Hasil
Layanan Berbasis Kebutuhan Mahasiswa dan Ketersediaan Merekomendasikan (H1)	0.134	0.016	H1 is supported
Layanan Berbasis Kebutuhan Mahasiswa dan Kompetensi Berorientasi Kebutuhan Murid (H2)	0.050	***	H2 is supported
Kompetensi Berorientasi Kebutuhan Murid dan Ketersediaan Merekomendasikan (H3)	0.150	0.10	H6 is supported

Goodness of Fit model: CMIN/df: 2.395; Probability: 0.000; RMSEA: 0.063, IFI: 0.978; GFI: 0.949; CFI: 0.978; and TLI: 0.970.

Sumber: Data Olahan Tahun 2023

Seperti yang ditunjukkan oleh Table 3, koefisien regresi pengaruh langsung layanan berbasis kebutuhan mahasiswa terhadap kesediaan merekomendasikan adalah 0.834. Pengaruh tersebut sesungguhnya memiliki nilai standard error sebesar 0.046 dan nilai signifikansi 0.000. Dengan demikian pengaruh tersebut adalah signifikan. Sementara itu koefisien regresi pengaruh langsung layanan berbasis kebutuhan mahasiswa terhadap kompetensi berorientasi kebutuhan murid adalah 1.178. Pengaruh tersebut sesungguhnya memiliki nilai standard error sebesar 0.046 dan nilai signifikansi 0.000. Maknanya adalah bahwa pengaruh tersebut juga signifikan. Sementara itu pada kolom IV+M→DV di Tabel 3 tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi pengaruh layanan berbasis kebutuhan mahasiswa terhadap kesediaan merekomendasikan adalah 0.386. Pengaruh tersebut sesungguhnya memiliki nilai standard error sebesar 0.072 dan nilai signifikansi 0.000. Dengan demikian pengaruh tersebut adalah signifikan. Sementara itu koefisien regresi pengaruh kompetensi berorientasi kebutuhan murid terhadap kesediaan

merekomendasikan adalah 0.380. Pengaruh tersebut sesungguhnya memiliki nilai standard error sebesar 0.050 dan nilai signifikansi 0.000. Maknanya adalah bahwa pengaruh tersebut juga signifikan. Oleh sebab itu, mengacu kepada Baron & Kenny (1986), temuan tersebut mengungkapkan bahwa kompetensi berorientasi kebutuhan murid memediasi secara parsial pengaruh layanan berbasis kebutuhan mahasiswa terhadap kesediaan merekomendasikan. Dengan demikian H6 dinyatakan didukung secara parsial. Temuan tersebut mengkonfirmasi bahwa mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi tidak hanya membutuhkan layanan berbasis kebutuhan mereka tetapi juga kompetensi yang berorientasi kebutuhan murid yang belajar ekonomi. Oleh sebab itu layanan tersebut harus mengacu kepada kebutuhan kompetensi akademik mereka sebagai guru ekonomi (Jager & Gbadamosi, 2010). Kompetensi ini akan menimbulkan kepercayaan diri untuk mengajar di sekolah sehingga memicu kesediaan mereka untuk merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi tempat mereka belajar kepada alumni SMA/SMK/MA.

Tabel 3. Analisis Mediasi (Koefisien dalam Regresi)

IV	M	DV	IV → DV	IV → M	IV+M → DV		Hasil
					IV → DV	M → DV	
Layanan Berbasis Kebutuhan Mahasiswa	Kompetensi Berorientasi Kebutuhan Murid	Kesediaan Merekomendasikan	0.834	1.178*	0.386*	0.380*	Partial

Keterangan: *Nilai P < 0.05 Sumber: Data Olahan Tahun 2023

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian menyimpulkan bahwa jurusan pendidikan ekonomi membutuhkan kompetensi berorientasi kebutuhan murid untuk memicu pengaruh layanan berbasis kebutuhan mahasiswa terhadap kesediaan mahasiswa untuk merekomendasikan. Temuan juga menunjukkan bahwa baik layanan berbasis kebutuhan mahasiswa dan kompetensi berorientasi kebutuhan murid tersebut secara terpisah juga berpengaruh langsung terhadap kesediaan mahasiswa merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi.

Seluruh konstruk pada penelitian ini dapat menjadi sumberdaya dan kapabilitas jurusan pendidikan ekonomi untuk meningkatkan jumlah peminat untuk bergabung hingga memperkuat implementasi *resource-based view theory* untuk keunggulan bersaing (Penrose, 2009). Dengan kata lain, melalui penerapan konstruk-konstruk tersebut, jurusan pendidikan ekonomi memiliki peluang yang besar untuk menarik minat sebanyak mungkin alumni SMA/SMK/MA untuk bergabung sehingga bisa mendapatkan dan menghasilkan mahasiswa yang sangat berkualitas dan kompeten untuk mengajar ekonomi.

Mahasiswa tersebut akan dapat berperan untuk menumbuhkan perekonomian melalui kemampuan sebagai guru yang menghasilkan lulusan SMA/SMK/MA yang bisa: (1) memanfaatkan esensi scarcities konsep dasar ilmu ekonomi secara kreatif

untuk pemenuhan kebutuhan, dan (2) memecahkan masalah yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat dan bangsa (Ismanto, 2015). Bahkan Dahlan dkk, (2014) meyakinkan bahwa peran tersebut dapat diimplementasikan pada murid di sekolah bertaraf internasional karena jurusan pendidikan ekonomi memberikan mereka kajian yang relevan dengan kompetensi lulusan yang akan mereka hasilkan melalui kurikulum yang disiapkan untuk tujuan tersebut.

Saran

Mengingat guru ekonomi memiliki tantangan untuk membangun diri sebagai guru profesional, mengembangkan materi pembelajaran ekonomi global, menerapkan teknologi informasi pembelajaran ekonomi, dan menguatkan organisasi organisasi guru ekonomi (Ismanto, 2015), jurusan pendidikan ekonomi memiliki keharusan untuk menghasilkan guru ekonomi yang mampu menghadapi seluruh tantangan tersebut. Oleh sebab itu, mendapatkan dan mengajar mahasiswa yang sangat berkualitas dan kompeten harus diwujudkan dengan mengundang sebanyak mungkin alumni SMA/SMK/MA untuk bergabung. Untuk mewujudkannya, penelitian ini mengimplikasikan kepada jurusan pendidikan ekonomi di Perguruan Tinggi di Indonesia untuk memicu kesediaan mahasiswa merekomendasikan jurusan pendidikan ekonomi tempat mereka belajar kepada alumni

SMA/SMK/MA tersebut. Kesiapan tersebut dapat dipicu dengan memberikan layanan berbasis kebutuhan mereka seperti: menyediakan sarana dan prasarana berkualitas untuk kebutuhan akademik, memfasilitasi interaksi akademik yang berkualitas antar dosen, karyawan dengan mahasiswa, dan meningkatkan mutu kerjasama akademik antar dosen, karyawan dengan mahasiswa (Lehtinen & Lehtinen, 1991). Disamping itu, jurusan pendidikan ekonomi juga harus memberikan kompetensi yang berorientasi kebutuhan murid yang belajar ekonomi kepada mahasiswa mereka, agar mereka memiliki kepercayaan diri yang tinggi untuk mengajar ekonomi di sekolah. Bentuk kompetensi yang berorientasi kebutuhan murid tersebut adalah kapabilitas jiwa kepemimpinan, kapabilitas pengayom di lingkungan yang saling menghormati untuk murid dengan beragam latar belakang, kapabilitas pemahaman terhadap materi ekonomi yang diajarkan kepada murid, kapabilitas fasilitator bagi siswa untuk belajar ekonomi, dan kapabilitas profesional dalam mempraktekkan pembelajaran ekonomi (Nessipbayeva, 2012).

Untuk penelitian yang akan datang, direkomendasikan untuk meningkatkan kesiapan mahasiswa merekomendasikan jurusan ekonomi tersebut dengan anteseden-anteseden yang juga berfokus kepada mahasiswa, seperti: prestasi mahasiswa, pengalaman belajar mahasiswa, nilai-nilai yang dipersepsikan mahasiswa. Penerapan

anteseden-anteseden tersebut dapat dipayungi dengan Theory of Reasoned Action dari Fishbein & Ajzen (1975).

DAFTAR PUSTAKA

- Arthur, L. (2006). Higher Education and the Knowledge Society: Issues, Challenges and Responses in Norway and Germany. *Research in Comparative and International Education*, 1(3), 241–252. Doi: 10.2304/rcie.2006.1.3.241
- Barney, J. B., & Clark, D. N. (2007), *Resource Based Theory Creating and Sustaining Competitive Advantage*, New York, Oxford University Press.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research. Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Belanche, D., Casaló, L.V., Flavián, C. & Pérez-Rueda, A. (2021). The Role of Customers in the Gig Economy: How Perceptions of Working Conditions and Service Quality Influence the Use and Recommendation of Food Delivery Services. *Service Business*, 15(3). 1-53. Doi:10.1007/s11628-020-00432-7
- Chen, M. C., Hsu, C. L., & Chen, M. M. (2019). How Transportation Service quality Drives Public Attitude and Image of a Sustainable City: Satisfaction as a Mediator and Involvement as a Moderator. *Sustainability*, 11(23). 1-18. Doi:10.3390/su11236813
- Conant, J., Brown, J. & Mokwa, M., (1985). Students are Important Consumers: Assessing Satisfaction in a Higher Education Context. *Journal of Marketing Education*, 7(2): 13-20.

- Dahlan, D., Budiwati, N., & Kurniawati, S. (2014). Pengembangan Model Kurikulum Pendidikan Ekonomi untuk Menyiapkan Guru Profesional di Sekolah Bertaraf Internasional. *Jurnal Parameter*, 25(2), 56-61. Doi: 10.21009/parameter.252.01
- De Jager, J., Gbadamosi, G. (2010). Specific Remedy for Specific Problem: Measuring Service Quality in South African Higher Education. *Higher Education*, 60, 251-267. Doi: 10.1007/s10734-009-9298-6
- Finch, D. J., Peacock, M., Levallet, N., & Foster W. (2016). A Dynamic Capabilities View of Employability. *Education + Training*, 58(1), 61 - 81. Doi: 10.1108/ET-02-2015-0013
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Addison-Wesley Publishing Company.
- Gogan, M.-L. (2014). An Innovative Model for Measuring Intellectual Capital. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 124, 194-199. Doi: 10.1016/j.sbspro.2014.02.477
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications, *European Journal of Marketing*, 18(4): 36-44. Doi: 10.1108/EUM00000000004784
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed., Los Angeles: SAGE.
- Hanapi, Z., & Nordin, M. S. (2014). Unemployment among Malaysia Graduates: Graduates' Attributes, Lecturers' Competency and Quality of Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 112, 1056-1063. Doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.1269
- <https://aspropendo.or.id>. Surat Keputusan Nomor: SK/VII-030/AS/KP3/VII/2022 tentang Susunan Pengurus Pusat Periode 2022-2024
- <https://sidata-ptn-snpmb.bppp.kemdikbud.go.id>. Daftar Prodi Seleksi Nasional Berdasarkan Tes (SNBT).
- Ismanto, B. (2015). Tantangan/ Eksistensi Guru Ekonomi. *Prosiding Semiar Nasional Pendidikan Ekonomi & Bisnis, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret Surakarta*. <http://snpe.fkip.uns.ac.id>
- Jiewanto, A, Laurens, C., & Nelloh, L. (2012). Influence of Service Quality, University Image, and Student Satisfaction toward WOM Intention: A Case Study on Universitas Pelita Harapan Surabaya, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, 16 - 23. Doi: 10.1016/j.sbspro.2012.03.155
- Ledden, L., Kalafatis, S. ., & Mathioudakis, A. (2011). The Idiosyncratic Behaviour of Service Quality, Value, Satisfaction, and Intention to Recommend in Higher Education: An Empirical Examination. *Journal of Marketing Management*, 27(11-12), 1232-1260, Doi: 10.1080/0267257X.2011.611117
- Lehtinen, U. and Lehtinen, J., (1991). Two Approaches to Service Quality Dimensions, *Service Industries Journal*, 11(3): 287-303. Doi: 10.1080/02642069100000047
- Malkawi, N. M. M., & Omari, K. Al. (2018). Intellectual Capital as a Core Competency for Competitive Advantage: A Case Study', *Journal of Digital Information Management*, 16(4), 192-202. Doi:10.6025/jdim/2018/16/4/192-202
- Muhammad, & Artanti, Y. (2016), The Impact of Experiential Marketing on Word of Mouth (WOM) With Customer Satisfaction as the Intervening Variable. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(2),

- 182-190.
<http://jdm.unnes.ac.id>Nationally
- Nessipbayeva, O. (2012). *The Competencies of the Modern Teacher, Bulgarian Comparative Education Society*, <http://bit.ly/2fRwNoY>
- Nicolescu, L., & Paun, C. (2009). Relating Higher Education with the Labour Market: Graduates' Expectations and Employers' Requirements. *Tertiary Education and Management*, Vol. 15, No. 1, pp. 17–33. Doi: 10.1080/13583880802700024
- Penrose, E. (2009). *The Theory of the Growth of the Firm* (4th (Ed.). Oxford University Press.
- Riofita, H., & Harsono, M. (2019). Komunikasi Words of Mouth Dalam Bidang Pemasaran Sebuah Kilas Balik Teori. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2 (2), 273-288. Doi: <http://dx.doi.org/10.24014/ekl.v2i2.8451>
- Roy, G., Datta, B., Mukherjee, S., Basu, R. (2020). Effect of eWOM Stimuli and eWOM Response on Perceived Service Quality and Online Recommendation. *Tourism Recreation Research*, 1-16, 457-472. Doi: 10.1080/02508281.2020.1809822
- Sallis, E. (2002). *Total Quality Management in Education (3rd ed.)*. Routledge.
- Suer, S. (2021). The Relationship between Tourist Satisfaction and Service Quality with Recommendation Intention: Study of a Cultural Heritage Site. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 710-724.
- Toerien, L., Boshoff, C., & Bühner, S. (2016). The Influence of Fear Appeal Approaches and Perceived Risk on Generation Y Consumers' Protection Motivation. *Management Dynamics*, 25(4), 19–33.
- Twaissi, N. M., & Al-Kilani, M. H. (2011), The Impact of Perceived Service Quality on Students' Intentions in Higher Education in a Jordanian Governmental University. *International Business Research*, 8(5), 81-92. Doi: 10.5539/ibr.v8n5p81
- Usman U., & Mokhtar, S. S. M. (2016). Analysis of Service Quality, University Image and Student Satisfaction on Student Loyalty in Higher Education in Nigeria. *International Business Management*, 10(12): 2490–2502. DOI: 10.36478/ibm.2016.2490.2502
- Zikmund, W.G. & Babin, B. J. (2010). *Exploring Marketing Research*. Thomson South- Western Publishing