

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Siswa Memilih Lembaga Pendidikan

Ismu Kusumanto, Yusup Rianto

Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Suska Riau
Jl. HR. Soebrantas no. 155 Simpang Baru Panam, Pekanbaru
e-mail: ismu_uin@yahoo.co.id

Abstrak

Lembaga pendidikan memasuki era persaingan antar lembaga pendidikan sehingga menuntut setiap lembaga pendidikan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar. Penelitian ini menggunakan variabel program, harga, sistem penyampaian jasa, fasilitas fisik, dan komunikasi. Adapun metode yang digunakan adalah analisis cluster. Berdasarkan pengolahan data, diperoleh cluster I (53% responden) memiliki karakteristik siswa tertarik pada program lembaga pendidikan, penyesuaian program bimbingan belajar dengan jurusan di SMA/SMK, perlu adanya pelatihan khusus untuk program unggulan lembaga bimbingan belajar, program unggulan sesuai dengan tuntutan dunia kerja, harga sesuai kualitas yang diterima, fasilitas yang mendukung proses belajar, fasilitas memenuhi keinginan siswa, fasilitas nyaman, fasilitas tergolong lengkap, brosur dapat menjelaskan secara menyeluruh, dan media komunikasi menggunakan email. Cluster II (20% responden) memiliki karakteristik fasilitas sesuai, biaya terjangkau, biaya sesuai, dan biaya kategori menengah. Sedangkan cluster III (27% responden) memiliki karakteristik kemajuan teknologi, tertarik beasiswa, ada pengumuman tertulis, hubungan personal, dan memiliki website. Terpilih cluster I sebagai fokus sehingga strategi pemasaran tertuju pada cluster I tersebut.

Kata kunci: Analisis Cluster, Lembaga pendidikan, Strategi pemasaran.

Abstract

Learning institution be present at competition era between Learning institutions and then prosecute the Learning institutions to fulfill market need and want. This research used the variable, the price, the delivery system, and physical facilities, and communication. The methods of this research is cluster analysis. Based on the data analysis, it is obtained that for cluster I (53% respondent) have the characteristics that they are interested in following the programs given by this learning institution, the adjustment of the programs and the students' major in SMA/K, and there should be special training in order to meet the demands of the working life, the price should be based on the quality of the training given to the students, and the facilities supporting the learning and teaching process are suitable to the students' needs, the learning institution has complete facilities, and the brochure that gives all information of this learning institution are well designed so that it gives clear information about the learning institution, and the telecommunication media is by using email in order to deliver the information and daily assignment. In Cluster II (20% of the respondents) have the characteristics that the facilities are equals, and the price is reasonable, and this learning institution is categorized as moderate. In cluster III (27% of the respondents) have the characteristics of technology advance, interested in scholarship, there is written announcement, personal relationship, and has the website for the learning institution. Based on all of the three clusters, cluster I has the most respondents, that is 53%. Therefore, the strategy of the marketing can be focused on the cluster I.

Key word: Cluster Analysis, Learning Institution, Marketing Strategy.

1. Pendahuluan

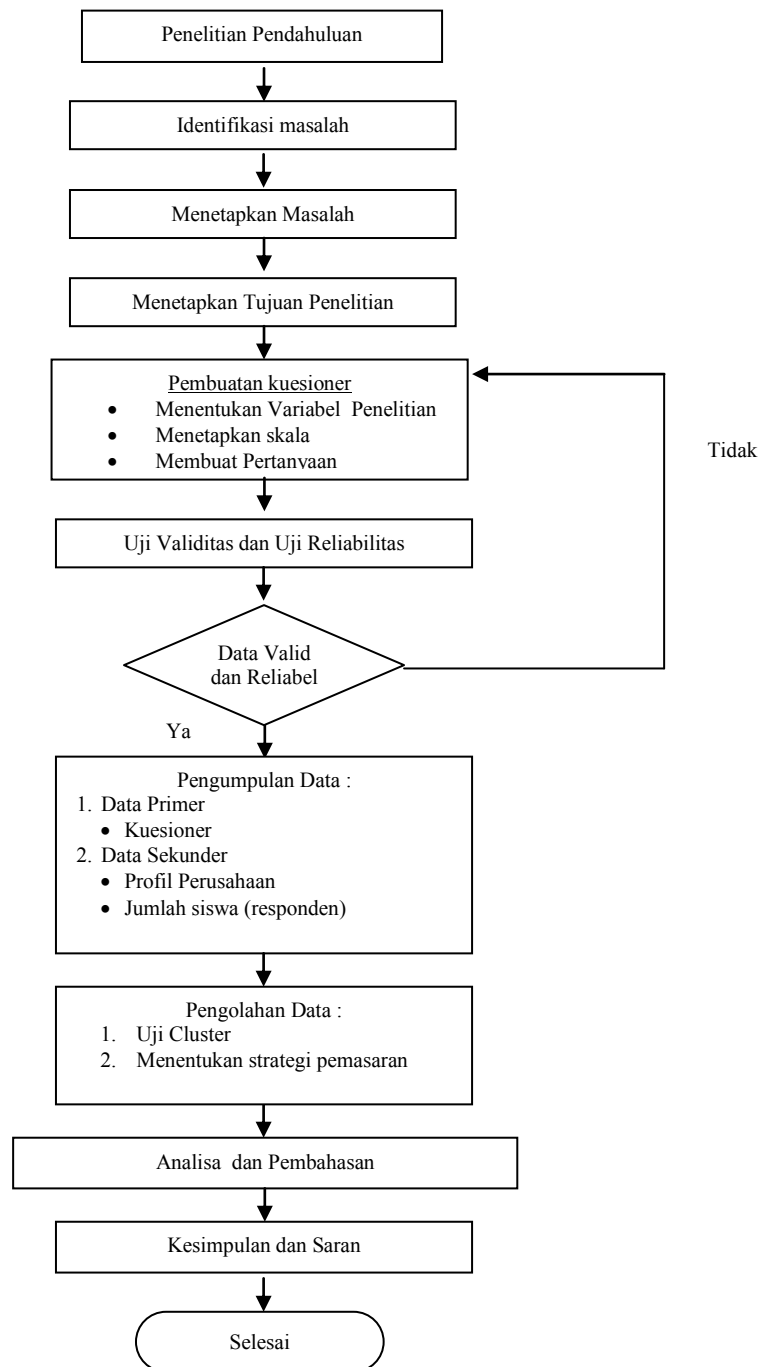
Keberadaan lembaga pendidikan menjadi suatu fenomena, pada satu sisi mengemban misi luhur mencerdaskan masyarakat, tetapi di sisi lain mengandung unsur bisnis. Kondisi tersebut memunculkan banyak lembaga pendidikan yang menawarkan berbagai macam program studi yang menarik. Menyadari persaingan yang kompetitif antar lembaga pendidikan untuk memperebutkan pasar potensial, maka masing-masing lembaga pendidikan berusaha memberikan *differentiation* yang sesuai kebutuhan dan keinginan pasar.

Kota Pekanbaru dengan jumlah penduduk sekitar satu juta jiwa, memiliki lima universitas dan puluhan akademi maupun sekolah tinggi. Jumlah tersebut masih diramaikan oleh sekolah vokasional setara diploma D1 dan D2 yang marak bermunculan sebagai alternatif bagi siswa lulusan SMK dan SMA/MA yang dengan berbagai alasan tidak melanjutkan ke perguruan tinggi. Persaingan pun semakin keras untuk memperebutkan mahasiswa didik sehingga terkadang melakukan praktek-praktek yang tidak sehat.

literatur review dilakukan terhadap penelitian yang dilaksanakan oleh Melani Oktavia (2005) dengan tujuan Untuk mengetahui faktor –faktor yang melatar belakangi pemilihan karier bagi mahasiswa akuntansi dengan metode AHP . Sedangkan Fitriana Rochmawati (2007) telah melakukan penelitian yang sama, dengan tujuan Menggambarkan peta posisi untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan Lembaga Bimbingan Belajar Neutron Yogyakarta Cabang Klaten 1 dibandingkan dengan pesaingnya. Metode yang digunakan adalah QFD.

2. Metode Penelitian

Secara garis besar langkah-langkah penelitian dapat dilihat dari *Flowchart* di bawah ini:



Gambar 3.1 *Flowchart* Metodologi Penelitian (lanjutan)

2.1 Penetapan variabel

Variabel kuesioner, mengacu pada pendapat Lupiyoadi [2], dimana untuk menunjang karakteristik dan klasifikasi jasa perguruan tinggi, maka bauran pemasaran pada perguruan tinggi digolongkan sebagai berikut:

1. Program, termasuk proses pengembangan program
2. Harga
3. Sistem penyampaian jasa dan fasilitas fisik
4. Komunikasi

2.2 Penjabaran ke dalam atribut

Berdasarkan empat penunjang karakteristik dan klasifikasi jasa perguruan tinggi, maka bauran pemasaran pada perguruan tinggi diatas, kuesioner dikembangkan menjadi atribut-atribut pertanyaan. Adapun atribut-atribut tersebut sebagai berikut:

1. Program, termasuk proses dan pengembangan program
 - a. Program unggulan lembaga pendidikan sesuai dengan minat calon mahasiswa
 - b. Penyesuaian program lembaga pendidikan dengan jurusan yang ada di SMK/SMA.
 - c. Ada pelatihan khusus atau magang untuk program yang diambil oleh mahasiswa
 - d. Program unggulan lembaga pendidikan dapat menjawab tuntutan dunia kerja
 - e. Program unggulan lembaga pendidikan sesuai dengan kemajuan zaman & teknologi
2. Harga
 - a. Biaya perkuliahan setiap program lembaga pendidikan terjangkau.
 - b. Biaya perkuliahan sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang didapatkan mahasiswa
 - c. Biaya perkuliahan lembaga pendidikan disesuaikan dengan program studi.
 - d. Ketentuan kriteria untuk mendapatkan beasiswa dapat dicapai oleh calon mahasiswa/i
 - e. Biaya perkuliahan kategori menengah.
3. Sistem penyampaian jasa dan fasilitas fisik
 - a. Fasilitas mendukung proses belajar mengajar memadai.
 - b. Fasilitas belajar dapat memenuhi keinginan calon mahasiswa
 - c. Fasilitas sesuai dengan biaya yang akan dikeluarkan oleh mahasiswa
 - d. Fasilitas yang ada membuat nyaman proses belajar mengajar
 - e. Fasilitas dikategorikan lengkap
4. Komunikasi
 - a. Penyampaian informasi dari dosen pada papan pengumuman dapat diterima secara tepat waktu oleh mahasiswa
 - b. Lembaga pendidikan akan menghubungi mahasiswa secara personal bila pada situasi yang sangat penting
 - c. Lembaga pendidikan akan menyampaikan informasi perkuliahan dengan berbentuk email (media internet)
 - d. Seluruh aktifitas pada lembaga pendidikan dimuat dalam website dan dapat dilihat oleh seluruh mahasiswa
 - e. Penyampaian brosur informasi lembaga pendidikan dapat memberikan pemahaman secara keseluruhan tentang lembaga pendidikan tersebut

2.3 Skala penilaian kuesioner

Skala yang digunakan pada kuesioner ini adalah skala likert, menurut [1], skala likert disebut juga *summated rating scale*. Skala ini banyak digunakan karena memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pernyataan. Pernyataan yang diberi berjenjang, mulai dari tingkat terendah sampai tertinggi. Jumlah pilihan jawaban bisa tiga, lima, tujuh, sembilan, yang jelas harus ganjil.

Semakin banyak pilihan, semakin mewakili jawaban responden. Namun, semakin banyak pilihan jawaban, semakin sulit mencari kata-kata yang dapat dipahami secara umum. Dalam bahasa inggris, misalnya, pilihan jawaban berikut: *extremely disagree, strongly disagree, disagree, neither agree nor disagree, agree, strongly agree, extremely agree*. Dalam bahasa indonesia, sepanjang dapat disepakati, pilihan jawaban berikut dapat dipakai: amat sangat tidak setuju, sangat tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju, amat sangat setuju [3].

2.4 Populasi, sampel, dan teknik sampling

Kuesioner akan diberikan kepada responden yaitu pelajar tingkat menengah kelas 3 yang berada di Kecamatan Tampan, Pekanbaru. Jumlah siswa tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Rekapitulasi Jumlah siswa SMA/SMK di Kecamatan Tampan

Nama Sekolah	Jumlah siswa kelas 3
SMK Taruna	300
SMK Darel Hikmah	125

SMK Al-Huda	193
SMA Negeri 12	320
Jumlah	938

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan yang akan dijadikan responden dalam suatu penelitian. Adapun sampel diambil dengan menggunakan teori Slovin, yakni [1]

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan.

Dari data yang tertera diatas, jumlah sampel yang diteliti adalah:

$$n = \frac{938}{1 + 938(10\%^2)}$$

$$n = 90,37$$

$$= 91 \text{ orang}$$

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah random sampling kluster. Dimana teknik random sampling kluster dilakukan dengan pengambilan sampel secara acak dan populasinya adalah siswa SMA/SMK yang berada di Kecamatan Tampan.

2.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah kuesioner dibuat, maka selanjutnya perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas supaya kuesioner layak untuk disebarkan karena pada penelitian ini yang menjadi alat untuk mengumpulkan data primer adalah Kuesioner. Disamping observasi dan wawancara, penyusunan kuesioner juga merujuk kepada penelitian sebelumnya. Setelah pembuatan kuesioner maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui kuesioner ini sudah layak disebarkan kepada responden atau belum dan jika belum perlu diperbaiki lagi. Sebelum kuesioner dinyatakan valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji terlebih dahulu yaitu dengan metode *pre test*. Untuk jumlah responden yang akan diuji tidak ada pedoman yang pasti, tetapi kebanyakan penelitian untuk *pre test* responden yang diuji adalah sebanyak 91 responden.

Validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Paling tidak yang dapat kita lakukan dalam menetapkan validitas suatu instrumen pengukuran adalah menghasilkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang kita yakini dalam pengukuran [1]

3. Hasil dan Analisis

3.1 Pengolahan Data

Pengolahan data menggunakan analisis cluster didapatkan dari penyebaran kuisisioner terhadap 91 responden berdasarkan demografi, program pendidikan dan pengembangan program, harga, sistem penyampaian jasa dan fasilitas fisik dan komunikasi. Berikut adalah output proses pengolahan data:

Tabel 3.1 *Final cluster centers*

	Cluster		
	1	2	3
program	4.10	3.28	3.16
penyesuaian_program	4.25	2.78	3.56
pelatihan	4.27	2.67	3.68
tuntutan_kerja	4.15	2.83	4.04
kemajuan_teknologi	4.04	3.17	4.52
biaya_terjangkau	3.94	4.00	3.17
sesuai_kualitas	4.19	3.61	4.16
biaya_sesuai	4.08	4.61	4.48
beasiswa	4.10	3.94	4.36
biaya_menengah	4.02	4.44	3.88

fasilitas_mendukung	3.83	3.72	3.56
fasilitas_memenuhi	4.31	4.11	3.76
fasilitas_sesuai	4.35	4.00	3.56
fasilitas_nyaman	4.31	4.17	4.08
fasilitas_lengkap	4.29	4.11	3.88
pengumuman_tertulis	3.58	3.56	3.92
menghubungi_personal	4.04	3.78	4.20
media_email	4.04	3.78	3.88
website_smartfast	4.04	3.94	4.20
brosur	4.15	3.94	3.88

Tabel 3.2 Distances between Final Cluster Centers

Cluster	1	2	3
1		3.087	1.963
2	3.087		2.822
3	1.963	2.822	

3.2 Analisa

Pengolahan data menggunakan metode *cluster* dapat dilakukan pengelompokan *cluster* sebagai berikut:

Tabel 3.3 Pengelompokan *cluster*

Cluster1	Cluster2	Cluster3
Program	Fasilitas_sesuai	Kemajuan_teknologi
Penyesuaian_program	Biaya_terjangkau	Beasiswa
Pelatihan	Biaya_sesuai	Pengumuman_tertulis
Tuntutan_kerja		Menghubungi_personal
Sesuai_kualitas		Website_smartfast
Fasilitas_mendukung		
Fasilitas_memenuhi		
Fasilitas_nyaman		
Fasilitas_lengkap		
Brosur		
Media_email		

Berdasarkan ketiga *cluster* diatas, *cluster* yang terpilih untuk menentukan strategi pemasaran adalah *cluster 1*, dikarenakan *cluster 1* memiliki karakteristik yang lebih banyak dibandingkan *cluster* yang lainnya. Pengolahan data menggunakan analisis *cluster* yang *Distances between final cluster centers* berguna untuk menyatakan selisih jarak untuk tiap *cluster* yang satu dengan *cluster* yang lainnya. Perbedaan *cluster 1* dengan *cluster 2* adalah 3.087, perbedaan *cluster 1* dengan *cluster 3* adalah 1.963, sedangkan perbedaan *cluster 2* dengan *cluster 3* adalah 2.822. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa *cluster 1* dan *cluster 2* memiliki perbedaan yang lebih besar dibandingkan perbedaan *cluster-cluster* yang lainnya sehingga memiliki dampak yang signifikan.

Berdasarkan pengolahan data menggunakan analisis *cluster* yang terdapat pada Tabel 4.28 *Anova*, berguna untuk menggambarkan rata-rata persepsi terhadap lembaga bimbingan belajar dari ketiga *cluster* yang terbentuk per satuan atribut. Pengelompokan menjadi 2 bagian yang terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 3.4 Pengelompokan *p-value*

Nilai <i>p-value</i> <0.05	Nilai <i>p-value</i> >0.05
Program	Sesuai_kualitas
Penyesuaian_program	Beasiswa
Pelatihan	Fasilitas_mendukung
Tuntutan_kerja	Fasilitas_memenuhi
Kemajuan_teknologi	Fasilitas_nyaman
Biaya_terjangkau	Fasilitas_lengkap
Biaya_sesuai	Pengumuman_tertulis
Biaya_menengah	Menghubungi_personal
Fasilitas_sesuai	Media_email
	Website_smartfast
	Brosur

Berdasarkan Tabel 3.4 pengelompokan *p-value* diatas, Nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05 menunjukan perbedaan persepsi yang signifikan dari 3 *cluster* yang terbentuk, sedangkan Nilai *p-value* lebih besar dari 0.05 menunjukan persamaan persepsi dari 3 *cluster* yang terbentuk.

4. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan siswa memilih lembaga pendidikan dapat diperoleh kesimpulan. Berdasarkan pengolahan data kluster responden siswa yang memilih lembaga pendidikan adalah siswa pada kluster 1 memiliki ciri-ciri: siswa tertarik pada program lembaga pendidikan, penyesuaian program bimbingan belajar dengan jurusan di SMA/SMK, perlu adanya pelatihan khusus untuk program unggulan lembaga bimbingan belajar, program unggulan sesuai dengan tuntutan dunia kerja, harga sesuai kualitas bimbingan belajar yang di terima, fasilitas yang mendukung proses belajar, fasilitas memenuhi keinginan siswa, fasilitas nyaman, fasilitas tergolong lengkap, brosur dapat menjelaskan lembaga pendidikan secara menyeluruh, dan media komunikasi menggunakan email untuk menyampaikan informasi dan tugas harian.

Daftar Pustaka

- [1] Rangkuti, Freddy. "Riset Pemasaran". PT. Gramedia Pustaka, Jakarta. 2007 : 34 - 57
- [2] Schiffman, Leon. "Perilaku Konsumen edisi ke 7". PT. Macanan Jaya Cemerlang, Jakarta. 2008 : 42 - 76
- [3] Yamin, Sofyan. "SPSS COMPLETE Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS", PT. Salemba Infotek, Jakarta. 2009 : 23 - 91