

ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH UNIVERSITAS TELKOM

ANALYZING DECISION MAKING PROCESSES TO CHOOSE TELKOM UNIVERSITY

Wildanatul Firdausi Imaniyah ¹, Dr. Putu Nina Madiawati, S.T., M.T, M.M.²

Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
wildanatul170696@gmail.com¹, pnamad@gmail.com²

Abstrak

Persaingan perguruan tinggi swasta (PTS) dalam menjangkau mahasiswa baru sangat ketat. Universitas Telkom salah satu perguruan tinggi swasta di kota Bandung. Merupakan perguruan tinggi yang menempati tiga besar universitas terbaik di Indonesia pada tahun 2018 menurut Ritek Diti. Universitas Telkom pada saat itu baru berdiri lima tahun tetapi sudah mendapat penghargaan 10 besar universitas terbaik. Ketatnya persaingan Universitas Swasta di Indonesia dengan calon mahasiswa sebanyak 2,679,248 dengan jumlah universitas di Indonesia sebanyak 492, menjadikan tantangan persaingan untuk calon mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan mahasiswa angkatan 2018 dalam memilih Universitas Telkom

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. dilakukan kepada mahasiswa baru Universitas Telkom angkatan 2018. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan kuisioner terhadap 379 responden yang diambil secara *proportionate random sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian ini Proses Pengambilan Keputusan Memilih memiliki persentase 73,06% dengan kategori “baik” pada analisis deskriptif, dengan kata lain, mahasiswa memiliki kecenderungan yang tinggi atau baik untuk memilih Universitas Telkom

Kata Kunci : Proses Pengambilan Keputusan Memilih

Abstracts

The competition of private universities (PTS) in recruiting new students is very strict. Telkom University is one of the private universities in the city of Bandung. It is a university that occupies the top three best universities in Indonesia in 2018 according to Ritek Diti. Telkom University at that time had only been established for five years but had been awarded the top 10 best universities. The tight competition of Private Universities in Indonesia with prospective students is 2,679,248 with 492 universities in Indonesia, making competition challenges for prospective students. This study aims to determine the process of student decision making in 2018 in choosing Telkom University

This study uses a type of descriptive research with a quantitative approach. conducted to new students of Telkom University generation 2018. In this study data was collected by questionnaire on 379 respondents taken in proportionate random sampling.

Based on the results of this study the Choosing Decision Process has a percentage of 73.06% with the category "good" in the descriptive analysis, in other words, students have a high or good tendency to choose Telkom Universities.

Keywords: Choosing Decision Making Process

1. Pendahuluan

Pendidikan Perguruan tinggi memiliki kontribusi yang besar untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di suatu negara. Berdasarkan data buku statistik pendidikan tinggi 2017 pada website forlap.ristekdikti.go.id pada tanggal 5 November 2018 Jumlah sebaran PTN dan PTS di lingkungan kemenristekdikti terdapat 3.276 perguruan tinggi negeri dan swasta, dengan jumlah 6.924.511 mahasiswa yang terdaftar menurut buku statistik pendidikan tinggi tahun 2017. Berdasarkan pemaparan di atas dengan demikian semakin banyaknya perguruan tinggi semakin banyak wadah bagi masyarakat untuk meningkatkan produktivitas melalui kualitas pendidikan.

Menurut Hill dan Kian Wie (dalam Titik, 2015) mengatakan, bahwa perguruan tinggi di Indonesia telah tumbuh dengan cepat bahkan pertumbuhannya dianggap paling cepat di dunia. Banyaknya perguruan tinggi secara

otomatis meningkatkan jumlah mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan data yang diperoleh pada website ristekdikti pada tanggal 7 Desember 2018 terdapat jumlah Perguruan Tinggi Negeri dengan jumlah 122 dan jumlah Perguruan Tinggi Swasta dengan jumlah 3154.

Perbandingan yang sangat signifikan terjadi di lembaga Universitas dari semua total calon mahasiswa yang mendaftar yaitu 6,924,511. Dalam hal ini banyaknya jumlah calon mahasiswa yang mendaftar di universitas negeri dengan jumlah 1,970,988 dan jumlah universitas negeri hanya 63 di Indonesia, tidak sebanding dengan jumlah universitas swasta sebanyak 492 dan calon mahasiswa yang mendaftar dengan jumlah 2,769,248. Hal ini mengakibatkan ketatnya persaingan antara universitas swasta di Indonesia.

Universitas Telkom adalah salah satu perguruan tinggi swasta yang berbasis ICT di bidang teknik, bisnis, dan industri kreatif. Universitas Telkom baru berdiri 6 tahun silam tepatnya pada 14 Agustus 2013 dengan peringkat Universitas Swasta Terbaik versi Ristekdikti di urutan ke 3 pada tahun 2018.

Dari pernyataan dan data diatas hal ini menarik peneliti untuk melakukan penelitian tentang analisis proses pengambilan keputusan mahasiswa angkatan 2018 memilih Universitas Telkom.

Tabel 1.1
Pra Survei Proses Keputusan Memilih Studi Mahasiswa Angkatan 2018
Universitas Telkom

Pernyataan	Ya	Tidak
Saya Merasa Harus Mendapatkan Pendidikan Di Universitas Telkom	80%	20%
	12 orang	3
Saya Mencari Informasi Universitas Telkom di Berbagai Sumber	80%	20%
	12 orang	3
Saya Memprioritaskan Universitas Telkom	73%	27%
	11 orang	4
Saya Mempercayakan Pendidikan Saya Kepada Universitas Telkom	87%	13%
	13	2
Saya Merasa Senang Berkuliah di Universitas Telkom	93%	7%
	14	1

Dari data tabel 1.1 dapat dilihat nilai pada pernyataan “saya merasa senang berkuliah di Universitas Telkom” sangat tinggi dengan nilai 14 responden menyatakan setuju. Dengan demikian mahasiswa angkatan 2018 sudah merasa puas terhadap Universitas Telkom.

Permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti adalah faktor proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas Telkom sebagai jasa penyedia pendidikan.

Melalui penelitian ini akan dilakukan survey Analisis proses pengambilan keputusan mahasiswa angkatan 2018 dalam memilih Universitas Telkom, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: “**Analisis Proses Pengambilan Keputusan Memilih Universitas Telkom**”.

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana proses pengambilan keputusan memilih universitas Telkom?

1.2 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian ilmiah pasti memiliki tujuan tertentu. Penetapan tujuan diperlukan agar terdapat kejelasan terhadap arah penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis : Mengetahui proses keputusan memilih Universitas Telkom

2. Tinjauan Pustaka Penelitian

2.1 Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2016:27) menyatakan bahwa pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial.

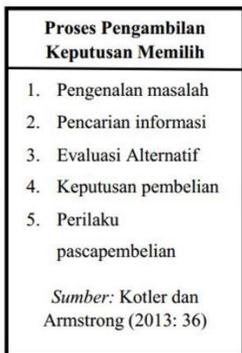
Swastha (dalam Natakusumah, 2015: 17) menyatakan bahwa pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

2.2 Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2016:36), Yaitu:

1. Pengenalan Masalah, merupakan tahap pertama dari proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan.
2. Pencarian Informasi, konsumen yang tertarik mungkin akan mencari lebih banyak informasi
3. Evaluasi Alternatif, pemasar perlu mengetahui evaluasi berbagai alternatif (alternative evaluation), yaitu suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek- merek alternatif dalam satu susunan pilihan.
4. Keputusan Pembelian, merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian sampai konsumen benar-benar membeli produk.
5. Perilaku Pascapembelian, tugas pemasar tidak berakhir ketika produknya sudah dibeli konsumen.

2.3 Kerangka Pemikiran



3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Ahmad (2015: 175) mengatakan penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.2 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2017: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Populasi bukan hanya jumlah orang, obyek, benda-benda alam yang lain tetapi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek/obyek. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa baru 2018 Universitas Telkom.

Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu Sugiyono (2017 : 81).

Untuk menentukan sampel, penulis menggunakan rumus Slovin serta menggunakan *proportionate random sampling* yang ada pada *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017 : 84). *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Ukuran sampel (n) berdasarkan rumus slovin dalam Ridwan dan Kuncoro (2009:44) sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel atau jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentasi kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir ; e = 0,05

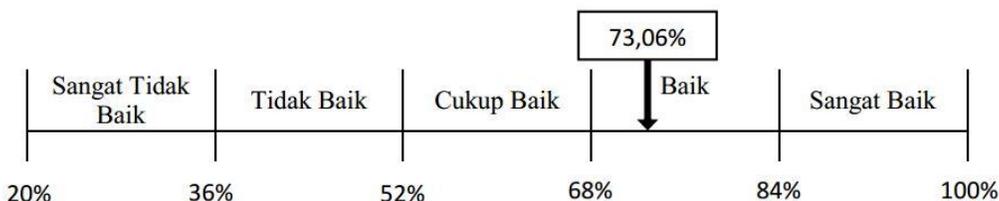
Dengan populasi sebanyak 7.172 Mahasiswa maka jumlah sampel yang diambil adalah

$$n = \frac{7172}{1+7172(0.05)^2} = 378,86$$

Berdasarkan rumus Slovin di atas maka dengan populasi sebanyak 7.172 Mahasiswa mendapatkan jumlah sampel 378,86 dan jika dibulatkan menjadi 379 jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Deskriptif



Garis Kontinum Dimensi Proses Pengambilan Keputusan Memilih

Berdasarkan dari garis kontinum posisi variabel proses pengambilan keputusan memilih berada pada kategori baik dengan nilai sebesar 73,06%. Dengan kata lain, mahasiswa memiliki kecenderungan yang tinggi untuk memilih Universitas Telkom.

Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan terhadap Universitas Telkom dengan memperhatikan dimensi – dimensi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Dari variabel Proses Pengambilan Keputusan Memilih (Y) diperoleh nilai tertinggi pada pernyataan “saya merasa puas studi di Universitas Telkom” dengan persentase 79,36%. Hal ini membuktikan bahwa responden merasa puas dengan keputusan memilih Universitas Telkom sebagai studi yang di pilih. Sementara nilai terkecil terdapat pada pernyataan “Saya membandingkan Universitas Telkom dengan Universitas lainnya” yaitu dengan persentase sebesar 67,12%.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis deskriptif, Proses Pengambilan Keputusan Memilih Universitas Telkom termasuk pada kategori “baik”. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk memilih Universitas Telkom. Namun, dari keseluruhan pernyataan Proses Keputusan Memilih yang mendapat tanggapan paling rendah dalam kategori cukup baik adalah “saya akan membandingkan Universitas Telkom dengan universitas lain”.

5.2 Saran

1. Mengubah teknik analisis selain analisis deskriptif agar berbeda dengan penelitian ini, seperti regresi linier, analisis faktor, dan teknik analisis lainnya
2. Mengubah populasi mahasiswa Universitas Telkom angkatan 2018 menjadi seluruh mahasiswa Universitas Telkom.
3. Membandingkan Universitas Telkom dengan Universitas lain agar dapat mengetahui perbedaannya.

Daftar Pustaka:

[1] Forlap Ristek Dikti Website, (2017), *Data Statistik Pendidikan Tinggi 2017*, forlap.ristekdikti.go.id (diakses 5 November 2018)

- [2] Titik. H., (2015). *Relevansi Lulusan Perguruan Tinggi Di Indonesia Dengan Kebutuhan Tenaga Kerja Di Era Global*. Jurnal Kependudukan Indonesia. Vol.10
- [3] Edukasi Kompas Wabsite, (2018), *Universitas Swasta Terbaik 2018*, www.edukasi.kompas.com., (diakses 26 Februari 2019)
- [4] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- [5] Alfia, Citra, Dina Amaluis., (2016) Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Biaya Pendidikan, dan Fasilitas Perguruan Tinggi Terhadap Minat Siswa Sma N 1 Sitiung Untuk Melanjutkan Pendidikan ke Perguruan Tinggi. Jurnal Perilaku Konsumen, Vol.3
- [6] Suryani (2018), *Pengaruh Brand Image Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Manajemen Di Stie Rahmadiyah Sekayu (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2013/2014)*. Jurnal Manajemen Kompeten, Vol.1.
- [7] Fahri, Alini, Nining Ratnayu, (2017)., *Analisis Faktor Pembentuk Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Universitas Telkom (Studi Pada Mahasiswa Prodi SI Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2016)*. Jurnal Marketing.
- [8] Sugiyono (2017)., *Buku Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*., Bandung: Alfabeta