

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LULUSAN SEKOLAH MENENGAH ATAS UNTUK KULIAH DI AKADEMI PELAYARAN NIAGA INDONESIA

Cahya Fajar Budi Hartanto

*Program Studi Nautika, Akademi Pelayaran Niaga Indonesia
Jl. Pawiyatan Luhur II No. 17 Bendan Dhuwur Semarang
E-mail: fajar@akpelni.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang turut berperan mempengaruhi keputusan lulusan Sekolah Menengah Atas atau sederajat (SMA) dalam menentukan perguruan tinggi yang dituju untuk melanjutkan studi, dalam hal ini perguruan tinggi pelayaran, dan lebih spesifik lagi di Akademi Pelayaran Niaga Indonesia (Akpelni). Sehingga dengan demikian, dapat menjadi acuan dalam meningkatkan minat lulusan SMA untuk masuk ke Akpelni di masa mendatang. Faktor-faktor yang diteliti meliputi persepsi mahasiswa, akses dan peluang, lingkungan belajar, tenaga pendidik, desain pembelajaran, profil lulusan, dan faktor pendukung yang kesemuanya terangkum dalam tahapan input/ masukan, proses, dan outcomes/ keluaran. Penelitian dilakukan dengan mengajukan kuesioner kepada 181 responden yang merupakan taruna Akpelni yang diterima pada tahun ajaran 2016/2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua faktor yang diduga ikut mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut, memiliki peran yang cukup besar dengan nilai kontribusi yang berbeda-beda. Pengaruh terbesar diberikan oleh profil alumni dengan skor 4,02 (skala 5), sementara faktor lain semuanya memiliki skor di atas 3,00. Jika melihat antara 3 tahapan, yang terendah nilainya adalah faktor proses, tepatnya pada faktor tenaga pendidik yang memiliki skor 1,33. Penelitian ini menunjukkan bagian yang masih kurang dan dapat dibenahi lebih baik lagi demi terjaganya citra institusi yang membuat lulusan SMA mengambil keputusan kuliah di Akpelni.

Kata kunci: Lulusan SMA, Kuliah, Akpelni

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lulusan Sekolah Menengah Atas atau sederajat (SMA) dalam beberapa tahun belakangan ini memiliki banyak pilihan untuk melanjutkan kuliahnya. Mulai dari keragaman jurusan atau bidang ilmu, hingga ke jenis pendidikan tinggi seperti Universitas, Sekolah Tinggi, Politeknik, maupun Akademi. Tawaran dari perguruan tinggi di luar negeri juga mulai menggoda sebagian lulusan SMA di Indonesia. Untuk memutuskan pilihannya, lulusan SMA bisa mempertimbangkan banyak hal. Inilah yang kemudian menjadi penting untuk diteliti sebagai bahan kajian untuk meningkatkan hal-hal yang dirasa masih kurang sehingga sebuah perguruan tinggi dapat meningkatkan citranya yang pada akhirnya dapat menarik minat lulusan SMA untuk bergabung sebagai mahasiswa.

Salah satu pilihan yang ditawarkan pada lulusan SMA saat ini adalah pendidikan tinggi bidang kemaritiman. Seiring dengan kebutuhan pasar tenaga kerja maritim yang masih sangat besar dan ditambah program Presiden Republik Indonesia Ir. Joko Widodo untuk mengembalikan kejayaan Indonesia sebagai poros maritim dunia, menjadikan pendidikan tinggi kemaritiman turut menggeliat dan mulai menampilkan perkembangan yang nyata. Salah satu pendidikan tinggi kemaritiman yang cukup eksis adalah Akademi Pelayaran Niaga Indonesia atau disingkat Akpelni, yang berkedudukan di Semarang. Akpelni berdiri pada tahun 1964 dan menyelenggarakan 3 program studi yaitu Nautika, Teknika, dan Ketatalaksanaan Pelayaran Niaga dan Kepelabuhanan (KPN). Ketiga program studi tersebut telah mendapatkan Akreditasi dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) dengan peringkat B. Selain itu, program studi Nautika dan Teknika juga mendapatkan *Approval* dari Kementerian Perhubungan untuk melaksanakan pendidikan dan pelatihan bagi Ahli Nautika Tingkat-III dan Ahli Teknika Tingkat-III. Akpelni melaksanakan penjaminan mutu dengan penerapan sistem manajemen mutu berbasis ISO 9001:2008. Dengan demikian seluruh proses pembelajaran tentu sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain kondisi internal Akpelni, masih ada hal lain di luar institusi yang perlu disikapi dalam perkembangan dan tren penerimaan mahasiswa baru. Persepsi lulusan SMA terhadap nama dan citra sebuah perguruan tinggi termasuk Akpelni adalah hal yang perlu dikaji. Selain itu kondisi lingkungan baik yang mendukung maupun yang dapat melemahkan juga perlu untuk diketahui lebih dini supaya dapat disikapi dengan tepat dan tidak mengurangi minat lulusan SMA untuk mendaftarkan diri ke Akpelni. Oleh karena itulah, maka penelitian ini menjadi penting untuk dilaksanakan dalam rangka memberikan gambaran yang utuh tentang bagaimana seharusnya sebuah perguruan tinggi menata diri dalam meningkatkan daya tarik bagi calon mahasiswanya sehingga dapat mempertahankan diri di era persaingan yang semakin ketat, khususnya bagi perguruan tinggi kemaritiman swasta seperti Akpelni.

1.2 Penelitian Terdahulu

Agar memiliki pemahaman yang utuh, penulis melakukan kajian penelitian terdahulu baik di dalam maupun di luar negeri. Penelitian di Bogor oleh Haryanti, dkk (2016) menemukan bahwa lulusan SMA memilih perguruan tinggi karena jurusan atau program studinya (36,09%), reputasi (26,69%), lokasi (14,10%), fasilitas kampus (11,84%), jarak dari rumah (6,58%) dan alasan lain (4,70%). Diketahui 73,1% lulusan SMA melihat peringkat nasional dan internasional dari perguruan tinggi yang ditujunya. Selain itu didapati adanya faktor yang mendorong pemilihan perguruan tinggi yaitu keinginan diri sendiri (88,16%), keluarga inti (33,68%), kerabat keluarga (4,47%), guru (5,53%), teman (5,26%), dan lainnya (2,37%). Penelitian serupa dilakukan oleh Fitria dan Yani (2013) dengan studi kasus pada Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI, Depok. Penelitian ini menyimpulkan ada 5 faktor individu yang berperan, yaitu motivasi, keinginan mempelajari ekonomi Islam, cita-cita menjadi ahli ekonomi Islam, beasiswa, dan prospek karier. Selain faktor individu, juga ada faktor sosial-ekonomi, faktor lingkungan/ budaya, dan faktor citra/ *image* dari perguruan tinggi. Suryani dan Ginting (2013) juga meneliti faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih fakultas ekonomi di Universitas Islam Sumatera Utara Al-Munawaroh Medan. Penelitian ini menyimpulkan adanya enam faktor yang terbentuk, yaitu faktor proses (22,451%), motivasi (19,333%), *physical evidence* (12,074%), referensi (11,173%), biaya (9,846%), dan lokasi (6,341%).

Sementara di luar negeri, penelitian untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pelajar untuk menempuh studi di perguruan tinggi dilakukan oleh Fernandez (2010) di Universiti Sains Malaysia (USM). Faktor tersebut adalah kualitas pendidikan, bahasa pengantar, fasilitas, saran orang tua, rekomendasi teman sejawat, biaya yang lebih rendah, bantuan keuangan, dan ketersediaan jurusan. Di luar faktor-faktor tersebut, mahasiswa memilih USM karena reputasi yang baik, jarak dari rumah, dan hubungan dengan dunia kerja. Di Negara yang sama, Khairani dan Abd.Razak (2013) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi pelajar memilih Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Didapati bahwa siswa di Malaysia memilih masuk ke PTN karena citra perguruan tinggi, jurusan yang ditawarkan, fasilitas, dan lingkungan perguruan tinggi. Anderson dan Bhati (2012) meneliti alasan siswa India memilih studi di Singapura. Alasan tersebut terkait dengan pandangan internasional/ global, faktor rasisme dan keselamatan diri, kedekatan dari rumah, budaya keluarga, biaya hidup dan biaya studi, serta kesempatan/ prospek kerja. Pada tahun yang sama, Wilkins, dkk. (2012), melakukan penelitian terhadap motivasi siswa memilih belajar di cabang kampus Internasional yang dibuka di United Arab Emirates (UAE). Beberapa motivasi yang ada terkait keselamatan hidup dan kenyamanan di UAE termasuk untuk tetap tinggal bersama keluarga dan menjalankan tuntunan agamanya, kesamaan tingkat lulusan dengan pendidikan di luar negeri, reputasi perguruan tinggi asing yang membuka cabang di UAE tersebut, kriteria masuk dan biaya yang lebih ringan, kemudahan mencari pekerjaan setelah lulus.

2. KAJIAN TEORI

2.1 Keputusan Konsumen

Keputusan memilih perguruan tinggi dapat dikaitkan dengan teori pengambilan keputusan konsumen jika dianggap bahwa perguruan tinggi merupakan produsen jasa dalam hal ini jasa pendidikan. Oleh karena itu perlu dikaji teori prinsip dasar ekonomi. Putong (2010) menyatakan bahwa prinsip dasar ekonomi adalah patokan perilaku pelaku ekonomi dalam perekonomian yang mengarahkannya bertindak dan berkesesuaian dengan apa yang diharapkan oleh pelaku ekonomi tersebut dalam mengambil keputusan. Putong mengutip pengelompokan 10 prinsip ekonomi dari Gregory Mankiw menjadi tiga yang salah satunya adalah prinsip yang melandasi keputusan tingkat individu. Prinsip tersebut adalah bahwa setiap individu harus selalu melakukan *trade off*, biaya adalah apa yang dikorbankan untuk mendapatkan sesuatu, orang rasional berpikir secara bertahap, dan kita sebagai pelaku ekonomi bereaksi prositif terhadap insentif. Jika ini dikaitkan dengan pengambilan keputusan dalam memilih perguruan tinggi, maka setiap calon mahasiswa akan memperhatikan besarnya anggaran yang dibutuhkan untuk masuk ke perguruan tinggi, manfaat yang akan didapat apakah sebanding dengan pengorbanannya, memikirkan dengan matang dan penuh pertimbangan rasional, serta melihat adanya hubungan yang saling memberikan manfaat.

Jauch dan Glueck (1996) mengungkapkan ada 3 pendekatan pengambilan keputusan. Pertama, rasional-analitis yang merupakan model pengambilan keputusan dengan penuh kesadaran tentang semua alternatif yang ada untuk mendapat manfaat maksimum. Kedua, intuitif-emosional yang mengambil keputusan dengan dasar kebiasaan dan pengalaman, perasaan mendalam, pemikiran reflektif dan naluri, orientasi dan konfrontasi kreatif. Ketiga, politis-perilaku dimana pengambil keputusan mempertimbangkan tekanan dari orang lain yang terpengaruh oleh keputusan tersebut, artinya memikirkan apakah hasil keputusan dapat dilaksanakan secara politis. Lebih lanjut dikatakan bahwa konsumen adalah salah satu sektor eksternal dari sebuah industri yang harus diperhatikan dalam membuat perencanaan strategis. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen adalah ketersediaan, kemudahan, kredit, harga, mutu, reputasi, keragaman, dan jaminan. Para perencana strategi mengidentifikasi sifat konsumen ini guna menghindari ancaman kehilangan konsumen dan menciptakan peluang menemukan konsumen baru atau menjual lebih banyak kepada konsumen yang sudah ada. Demikian juga, perguruan tinggi perlu memperhatikan faktor calon mahasiswa agar tidak kesulitan mendapatkan mahasiswa baru setiap tahunnya, melainkan tetap banyak peminat baik kalangan baru maupun lingkup keluarga dari mahasiswa.

Arsyad (2008) menjelaskan adanya teori konsumen yang digunakan untuk menjelaskan dan meramalkan produk yang akan dipilih oleh konsumen pada tingkat pendapatan dan harga tertentu. Pendekatan yang digunakan dalam menganalisis penentuan pilihan konsumen ada 3 yaitu *utility approach*, *indifferent curve*, dan *attribute approach*. Pendekatan utilitas menganggap bahwa kepuasan konsumen yang diperoleh dari pengonsumsi barang dan jasa, diketahui dari pengukuran kardinal. Pendekatan kurva indifferens menganggap bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen dapat dihitung dengan pengukuran ordinal. Sementara pendekatan atribut menganggap bahwa yang diperhatikan konsumen bukanlah produk secara fisik, tetapi atribut yang terkandung dalam produk tersebut, yaitu semua jasa yang ditimbulkan dari penggunaan atau pemilikan barang tersebut. Perguruan tinggi dapat menggunakan pendekatan atribut dimana seseorang memilih kuliah di suatu perguruan tinggi tidak hanya karena melihat hasil dari proses belajar tetapi juga melihat sisi lain seperti *prestice*, kenyamanan, biaya, dan sebagainya.

Perilaku konsumen menurut Kottler dan Keller (2013), adalah studi tentang bagaimana seseorang atau kelompok dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen dalam membeli dipengaruhi oleh faktor kultural, sosial, dan personal. Faktor kultural adalah budaya yang tertanam dari lingkungan seperti hubungan dengan orang lain, adat-istiadat, dan *subcultures* seperti kewarganegaraan, agama, kelompok budaya, dan daerah geografis. Faktor sosial meliputi kelompok sosial, keluarga, serta peran dan status sosial. Faktor personal yang turut mempengaruhi adalah usia dalam siklus kehidupan, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai-nilai kehidupan. Untuk mengambil keputusan ada 5 tahapan, yakni: 1) pengenalan masalah baik di internal maupun eksternal; 2) pencarian informasi dengan sumber personal, komersial, publik, dan pengalaman; 3) evaluasi dari alternatif yang ada berdasarkan keyakinan dan perilaku/ kebiasaan, serta model *expectancy-value*; 4) keputusan pembelian dengan memperhatikan segala risiko yang ada; dan 5) perilaku setelah pembelian yang meliputi kepuasan dan penggunaan atau kekecewaan dan pembuangan. Menyadari adanya teori ini, maka menjadi sangat kompleks untuk memahami keputusan seorang lulusan SMA untuk memilih perguruan tinggi, termasuk salah satunya ke Akpelni.

2.2 Dasar Teori Penelitian

Penelitian ini mengacu pada hasil penelitian dari Shah, Nair, dan Bennet (2014) yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan pelajar untuk kuliah di 5 institusi perguruan tinggi swasta Australia. Penelitian ini membagi faktor-faktor tersebut ke dalam 3 tahap yaitu *input*, *processes*, dan *outcomes*. Tahap masukan meliputi persepsi siswa serta akses dan peluang. Tahap proses meliputi lingkungan belajar, dosen, dan desain pembelajaran. Tahap keluaran adalah kesuksesan dari lulusan. Peneliti kemudian mengembangkan ketiga tahap tersebut dengan menambahkan faktor pendukung pada tiap tahap. Faktor pendukung pada tahap masukan, didasarkan pada penelitian Padlee dkk (2010) yang menyatakan bahwa nilai yang ikut mempengaruhi pilihan masuk ke universitas swasta di Malaysia adalah minat pribadi, keluarga, teman-teman, dan pengaruh media. Faktor pendukung pada tahap proses didasarkan pada penelitian Al-Jamil dkk (2012) yang menunjukkan bahwa di Bangladesh, pemilihan universitas swasta didasarkan juga pada kualitas pembelajaran, biaya kuliah, adanya beasiswa, sarana pembelajaran, dan atmosfer akademik. Sedangkan faktor pendukung untuk proses keluaran didasarkan pada penelitian Al-Mutairi dan Saeid (2015) yang dilakukan di Kuwait dan mendapati bahwa mahasiswa memilih sebuah jurusan juga karena adanya peluang kerja, prospek penghasilan, dan peluang untuk berwirausaha.

3. METODE

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data primer yaitu mahasiswa Akademi Pelayaran Niaga Indonesia (Akpelni) yang diterima pada tahun akademik 2016/2017, atau disebut "Taruna Angkatan 52". Jumlah populasi adalah 540 taruna dan dilakukan *random sampling* dimana seluruh anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi bagian dari 181 sampel (Sugiyono, 2010). Jumlah tersebut dibagi pada setiap program studi, yaitu Nautika 60 taruna, Teknik 71 taruna, serta Ketatalaksanaan Pelayaran Niaga dan Kepelabuhanan 50 taruna. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang disusun dengan skala *Likert*.

Data yang terkumpul dianalisis untuk menggambarkan kondisi responden secara statistik dan deskriptif. Pengujian data yang mendukung kesahihan juga dilakukan, yaitu uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah butir pernyataan merupakan indikator/ faktor yang signifikan untuk setiap variabel dan kecukupan sampel terpenuhi. Variabel dinyatakan valid jika memiliki nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO-MSA) > 0,5* dan *Loading Factor/ Component Matrix > 0,4*.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian konsisten dalam penggunaannya. Artinya, alat ukur tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Pada penelitian ini digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana kehandalan suatu instrumen adalah jika memiliki nilai koefisien atau *alpha (α) > 0,7* (Ghozali, 2013).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Responden

Responden pada penelitian ini memiliki karakteristik dengan deskripsi sebagaimana ditampilkan Tabel 1 – 6. Berdasarkan Tabel 1, diketahui 94,5% responden adalah taruna dan 5,5% adalah taruni. Hal ini menunjukkan bahwa di Akpelni tidak ada batasan *gender*, terbukti dengan adanya mahasiswa perempuan meskipun jumlahnya tidak banyak. Rentang usia responden antara 18 – 23 tahun dengan mayoritas pada usia 18 dan 19 tahun yaitu sebanyak 118 taruna atau 65,2% dan yang paling sedikit adalah usia 22 dan 23 sebanyak 6 taruna atau 3,3%. Hal ini dikarenakan untuk masuk ke Akpelni ada batasan usia 23 tahun pada saat dimulainya pendidikan. Responden berasal dari berbagai latar belakang sekolah, yang terbesar adalah dari SMA Negeri sebesar 40,9%. Selain itu juga ada taruna dari SMK Negeri sebesar 14,4%. Hal ini menunjukkan bahwa Akpelni cukup menjadi favorit termasuk bagi siswa di sekolah negeri. Dilihat dari latar belakang jurusan, Tabel 4 memberikan gambaran bahwa jurusan yang terbanyak adalah IPA sebesar 45,3% dan dari rumpun teknik sebesar 29,8%. Adapun yang dimaksud rumpun teknik adalah jurusan yang diijinkan oleh Kementerian Perhubungan untuk diterima sebagai taruna pada program studi Teknik. Jurusan tersebut antara lain Teknik Kendaraan Ringan, Teknik Kelistrikan, Teknik Mekatronika, dan Teknik Permesinan. Adapun jurusan kategori rumpun non-teknik seperti Komputer Jaringan, Rekayasa Perangkat Lunak, dan dan Multimedia, dapat diterima di Akpelni pada jurusan KPN. Untuk data asal sekolah, dapat dilihat pada Tabel 5 bahwa taruna Akpelni berasal dari hampir seluruh Indonesia dengan jumlah terbanyak dari Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebesar 53,6%. Mereka berasal dari berbagai Kota dan Kabupaten di propinsi Jawa Tengah dan DIY. Taruna yang berasal dari Sumatera antara lain datang dari Padang, Medan, Palembang, Lampung, dan Kepulauan Riau. Kantong-kantong taruna untuk daerah Jawa Timur antara lain di Ngawi, Banyuwangi, Madiun, Ponorogo, Kediri, Nganjuk, Mojokerto, dan Bojonegoro. Selain itu, ada taruna yang berasal dari Bali, Madura, Pontianak, dan Merauke. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran publikasi Akpelni telah mencapai hampir seluruh bagian Indonesia sehingga layak untuk menjadi pilihan terbaik.

Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki – laki	171	94,5
2.	Perempuan	10	5,5
	Total	181	100,0

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (tahun)	Jumlah	Presentase (%)
1.	18 – 19	118	65,2
2.	20 – 21	57	31,5
3.	22 – 23	6	3,3
	Total	181	100,0

Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Sekolah

No.	Jenis Sekolah	Jumlah	Presentase (%)
1.	MAN	4	2,2
2.	SMA dan SMK	29	16,1
3.	SMA Negeri	74	40,9
4.	SMA Swasta	16	8,8
5.	SMK Negeri	26	14,4
6.	SMK Swasta	31	17,1
7.	Tidak Mengisi	1	0,5
	Total	181	100,0

Tabel 4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan SMA/SMK

No.	Jurusan	Jumlah	Presentase (%)
1.	IPA	82	45,3
2.	IPS	32	17,7
3.	Bahasa	1	0,5
4.	Rumpun Teknik	54	29,8
5.	Rumpun Non-Teknik	5	2,8
6.	Tidak Mengisi	7	3,9
	Total	181	100,0

Tabel 5. Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Sekolah

No.	Asal Sekolah	Jumlah	Presentase (%)
1.	Sumatera	12	6,6
2.	Jawa Barat dan DKI Jakarta	2	1,1
3.	Jawa Tengah dan DIY	97	53,6
4.	Jawa Timur	19	10,5
5.	Bali dan Madura	3	1,7
6.	Kalimantan (Pontianak)	4	2,2
7.	Papua (Merauke)	1	0,5
8.	Tidak Mengisi	43	23,8
	Total	181	100,0

Tabel 6. Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi Akpelni

No.	Sumber Informasi Akpelni	Jumlah	Presentase (%)
1.	Alumni	44	24,3
2.	Brosur	10	5,5
3.	Keluarga	30	16,6
4.	Koran	1	0,5
5.	Kunjungan/ Sosialisasi	13	7,2
6.	Pameran dan Sekolah	2	1,1
7.	Teman	6	3,3
8.	Website	26	14,4
9.	2 Sumber Informasi	15	8,3
10.	3 Sumber Informasi	8	4,4
11.	Lebih dari 3 Sumber Informasi	15	8,3
12.	Tidak Mengisi	11	6,1
	Total	181	100,0

4.2. Hasil Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas. Hasilnya sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

<i>Uji Kualitas Instrumen</i>		<i>Nilai</i>
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,856
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2454,005
	df	561
	Sig.	0,000
Loading Factor :		
Indikator Masukan	Persepsi Mahasiswa 1	0,639
	Persepsi Mahasiswa 2	0,654
	Persepsi Mahasiswa 3	0,640
	Akses dan Peluang 1	0,656
	Akses dan Peluang 2	0,618
	Akses dan Peluang 3	0,731
	Akses dan Peluang 4	0,493
	Faktor Pendukung 1	0,517
	Faktor Pendukung 2	0,584
	Faktor Pendukung 3	0,674
	Faktor Pendukung 4	0,754
	Indikator Proses	Lingkungan Belajar 1
Lingkungan Belajar 2		0,703
Lingkungan Belajar 3		0,564
Lingkungan Belajar 4		0,548
Lingkungan Belajar 5		0,611
Tenaga Pendidik 1		0,658
Tenaga Pendidik 2		0,693

Tabel 7. Lanjutan

<i>Uji Kualitas Instrumen</i>		<i>Nilai</i>
	Tenaga Pendidik 3	0,678
	Desain Pembelajaran 1	0,552
	Desain Pembelajaran 2	0,585
	Desain Pembelajaran 3	0,667
	Desain Pembelajaran 4	0,624
	Desain Pembelajaran 5	0,442
	Faktor Pendukung 1	0,513
	Faktor Pendukung 2	0,561
	Faktor Pendukung 3	0,650
	Faktor Pendukung 4	0,691
	Faktor Pendukung 5	0,717
Indikator Keluaran	Profil Lulusan 1	0,707
	Profil Lulusan 2	0,707
	Faktor Pendukung 1	0,678
	Faktor Pendukung 2	0,692
	Faktor Pendukung 3	0,600

Berdasarkan hasil uji validitas sebagaimana tampak pada Tabel 7, nilai KMO-MSA untuk keseluruhan indikator yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah lebih dari 0,5 dan nilai *Loading Factor* lebih dari 0,4. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kecukupan sampel terpenuhi dan seluruh indikator dinyatakan valid.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

<i>No.</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Nilai</i>
1.	Indikator Masukan	0,784
2.	Indikator Proses	0,841
3.	Indikator Keluaran	0,797
4.	Total Indikator	0,910

Berdasarkan hasil uji reliabilitas sebagaimana tampak pada Tabel 8, nilai *Cronbach's Alpha* untuk tiap indikator maupun secara keseluruhan adalah $> 0,7$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator reliabel dan dapat dipertahankan untuk menjaga kekuatan variabel yang merupakan faktor dalam pengambilan keputusan.

4.3. Analisis Hasil Penelitian

Penelitian ini menghasilkan data statistik yang dapat dianalisis untuk kemudian dirumuskan sebuah tinjauan yang menjadi petunjuk bagi manajemen untuk mengambil tindakan yang dipandang perlu demi menjaga keberlangsungan Akpelni, khususnya dalam mempertahankan jumlah taruna setiap tahunnya.

Tabel 9. Statistik Indikator Masukan

<i>Indikator</i>	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Modus</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maksimum</i>
Persepsi Mahasiswa	3,92	4,00	4,00	0,566	2,00	5,00
Akses dan Peluang	3,57	3,50	4,00	0,556	2,00	5,00
Faktor Pendukung	3,75	3,75	4,00	0,536	2,25	5,00

Jika melihat dari Tabel 9 di atas, maka kita dapat mengetahui bahwa sebelum masuk ke Akpelni, setiap calon taruna sudah memiliki informasi yang cukup tentang citra institusi sehingga membangun persepsi yang kuat dan mendasar untuk menjustifikasi pilihan kuliah di Akpelni. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata persepsi yang cukup tinggi sebesar 3,92 dan modus ketiga indikator tersebut pada nilai 4,00. Selain itu nilai faktor pendukung yang meliputi minat pribadi, rekomendasi keluarga, teman, dan harapan perubahan status sosial, menempati peringkat kedua dengan nilai rata-rata 3,75 dan nilai minimum 2,25.

Tabel 10. Statistik Indikator Proses

<i>Indikator</i>	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Modus</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maksimum</i>
Lingkungan Belajar	3,39	3,40	3,00	0,590	1,60	5,00
Tenaga Pendidik	3,48	3,67	3,67	0,637	1,33	5,00
Desain Pembelajaran	4,01	4,00	4,00	0,520	2,60	5,00
Faktor Pendukung	3,31	3,40	3,40	0,559	1,60	5,00

Masih banyak lulusan SMA yang bahkan setelah menjadi taruna belum memiliki gambaran yang jelas tentang lingkungan belajar, tenaga pendidik, dan faktor pendukung proses yang ada. Ini nampak jelas pada ketiga indikator tersebut yang memiliki nilai di bawah 3,50 dan nilai minimum di bawah 2,00 sebagaimana disajikan pada Tabel 10. Hanya ada 1 indikator yang baik yaitu desain pembelajaran dengan nilai rata-rata 4,01 dan nilai minimum 2,60. Hal ini berarti lulusan SMA sudah mendapat informasi tentang model pembelajaran yang akan mereka jalani di Akpelni dan itu menarik bagi mereka sehingga kemudian memilih masuk ke Akpelni.

Tabel 11. Statistik Indikator Keluaran

<i>Indikator</i>	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Modus</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maksimum</i>
Profil Lulusan	4,02	4,00	4,00	0,628	2,50	5,00
Faktor Pendukung	3,90	4,00	4,00	0,573	2,33	5,00

Tidak bisa dipungkiri bahwa peran alumni berpengaruh bagi Akpelni. Terbukti bahwa profil lulusan menjadi indikator tertinggi dalam mendorong lulusan SMA masuk ke Akpelni. Ini sejalan dengan deskripsi statistik pada Tabel 6 yang menunjukkan bahwa informasi murni dari alumni menduduki peringkat pertama yaitu sebesar 24,3%, itu masih belum termasuk yang mendapatkan informasi lebih dari 1 sumber dimana salah satunya juga alumni. Faktor pendukung yang terdiri dari luasnya peluang kerja, prospek penghasilan yang menjanjikan, dan adanya bekal wirausaha, juga menjadikan alasan yang kuat bagi lulusan SMA untuk memilih Akpelni.

4.4. Pembahasan

Sebagaimana telah dijelaskan pada kajian teori, bahwa banyak faktor ikut menentukan pengambilan keputusan konsumen. Hal ini juga terjadi pada sektor jasa pendidikan termasuk Akpelni. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tahap masukan, proses, dan keluaran sama-sama memiliki peran yang besar dalam pengambilan keputusan seorang lulusan SMA untuk melanjutkan studi di Akpelni. Untuk itu, manajemen yang mengelola Akpelni, dalam hal ini Yayasan Wiyata Dharma dan pimpinan di lingkup civitas akademika harus mulai memperhatikan hal-hal yang masih dapat ditingkatkan untuk menjaga eksistensi Akpelni. Pada tahap masukan, Akpelni harus mulai membenahi akses dan peluang yang ada untuk masuk ke Akpelni karena indikator ini nilainya paling rendah. Perlu dipersiapkan beberapa alternatif jalur yang bisa ditempuh untuk dapat diterima di kampus ini seperti jalur prestasi akademik, penelusuran minat dan bakat di bidang olahraga dan seni budaya, ikatan dinas perusahaan, dan sebagainya. Akpelni juga harus memiliki relasi dengan perguruan tinggi lain yang memungkinkan adanya kerjasama dalam hal studi lanjut setelah lulus dari Akpelni. Seleksi perlu diperketat lagi untuk menjaga mutu institusi. Terakhir, Akpelni harus memikirkan mengenai keterjangkauan secara fisik dengan sarana transportasi dan optimalisasi geografis sehingga lingkungan kampus menjadi lebih menarik.

Pada tahap proses, banyak pekerjaan rumah yang harus diselesaikan. Nilai yang rendah pada hampir seluruh indikator menunjukkan bahwa proses yang ada belum tersampaikan dengan baik ke masyarakat. Perwujudan lingkungan belajar dengan atmosfer akademik adalah sebuah keniscayaan bagi institusi pendidikan tinggi. Tenaga pendidik perlu lebih banyak terjun ke masyarakat sehingga nama Akpelni juga dikenal melalui kiprah para dosen, baik itu melalui kegiatan kemasyarakatan secara pribadi ataupun kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara institusional. Faktor pendukung seperti biaya dan beasiswa, sarana penunjang, dan tenaga kependidikan yang mendukung proses pembelajaran, juga perlu terus ditingkatkan kualitas dan kuantitasnya. Tahap keluaran nampaknya merupakan kekuatan terbesar Akpelni di antara tahap yang lain. Hal ini karena Akpelni sudah berusia 53 tahun dan memiliki alumni yang tersebar di berbagai sektor. Jalinan kerjasama dan hubungan baik antara lembaga dan alumni perlu dijaga karena nama Akpelni –terbukti dari penelitian ini– yang terbesar disokong dari kiprah alumninya yang terdengar di berbagai penjuru negeri bahkan di luar negeri. Hubungan dengan perusahaan juga perlu dijaga sehingga prioritas jika ada kesempatan kerja akan diberikan kepada lulusan Akpelni, dan dengan demikian memudahkan untuk memasarkan Akpelni kepada siswa SMA. Tentunya jiwa wirausaha juga harus tetap ditanamkan kepada taruna sehingga mereka mampu menunjukkan karya nyata yang mandiri di masyarakat dan menumbuhkan industri kreatif sehingga itupun menjadi daya tarik tersendiri bagi lulusan SMA untuk kuliah di Akpelni.

4.5 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yang pertama adalah bahwa kuesioner ini hanya diajukan pada taruna angkatan 52. Jika penilaian ini juga dilakukan pada angkatan yang lain, ada kemungkinan perbedaan hasil meskipun tidak akan sangat signifikan. Oleh karena itu penelitian ini masih memiliki peluang untuk diteruskan kembali dengan mengambil data dari beberapa angkatan sehingga diharapkan obyektifitas dapat lebih tercapai.

Keterbatasan yang kedua adalah bahwa penelitian ini hanya dilakukan di lingkup Akpelni. Penelitian ini masih dapat dikembangkan jika ingin mendapat kondisi lebih akurat terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi lulusan SMA memilih kuliah di pendidikan tinggi kemaritiman, tentunya juga dengan mengambil data dari kampus lain.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada periode tahun 2016/2017, lulusan SMA yang memilih untuk masuk Akpelni dipengaruhi oleh 34 faktor yang terbagi dalam 3 tahap yaitu masukan (11 faktor), proses (13 faktor), dan keluaran (5 faktor). Besar pengaruhnya masing-masing berbeda, namun secara umum semuanya cukup tinggi.
2. Masih ada ruang atau peluang bagi peningkatan kualitas Akpelni sehingga ke depan akan meningkatkan daya saing lembaga. Prioritas atau urutan indikator yang diperbaiki dalam rangka peningkatan kualitas tersebut bisa dimulai dari tahap proses, kemudian memperbaiki tahap masukan, dan terakhir keluarannya.
3. Metode ini juga sesuai digunakan sebagai alat evaluasi kualitas pelaksanaan pendidikan. Indikator yang ada dapat menggambarkan kepuasan taruna terkait kualitas institusi. Kuesioner dengan model ini bisa digunakan sebagai umpan balik yang dapat dilakukan pada periode tertentu dengan melakukan modifikasi seperlunya.

Semoga buah pikir dari penelitian ini bermanfaat bagi pendidikan kepelautan di Indonesia. Harapannya semakin banyak lulusan SMA berminat melanjutkan ke perguruan tinggi kemaritiman dan kembali ke daerah masing-masing setelah mereka lulus untuk berkarya mengembangkan potensi daerah, memberdayakan sektor pariwisata bahari, dan industri kreatif yang terkait kemaritiman, dalam mendukung kokohnya Indonesia sebagai poros maritim dunia.

5.2. Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini dibiayai Rencana Anggaran dan Pendapatan Belanja (RAPB) Akpelni tahun akademik 2016/2017. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pimpinan yang memberikan ijin penelitian dan juga kepada taruna yang bersedia menjadi responden. Semoga penelitian ini mendorong semangat kita untuk lebih maju lagi ke depan.

PUSTAKA

- Al-Jamil, Md. Abdullah; Md. Moniruzzaman Sarker; Md. Abdullan. (2012). Students' Choice Criteria to Select A Private University for Their Higher Education in Bangladesh. *European Journal of Business and Management*, 4(17), 177–185.
- Al-Mutairi, Abdullah; Muna Saeid. (2016). Factors Affecting Students' Choice for MBA Program in Kuwait Universities. *International Journal of Business and Management*, 11(3), 119–128.
- Anderson, Robyn; Abhishek Bhati. (2012). Indian Students' Choice of Study Destination : Reasons for Choosing Singapore. *International Journal of Innovative Interdisciplinary Research*, (2), 66–76.
- Arsyad, Lincoln. (2008). *Ekonomi Manajerial – Ekonomi Mikro Terapan untuk Manajemen Bisnis (edisi keempat)*. Yogyakarta : BPF.
- Fernandez, Jacqueline Liza. (2010). An Exploratory Study of Factors Influencing The Decision of Students to Study at Universiti Sains Malaysia. *Kajian Malaysia*. 28(2), 107–136.
- Fitria, Hadiyati; Endang Ahmad Yani. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ekonomi Islam (Studi Kasus : STEI SEBI), *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 99–130.
- Ghozali, Imam (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 (edisi ketujuh)*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Haryanti; Hari Wijayanto; Ujang Sumarwan. (2016). Analysis of the Factors Influencing Bogor Senior High School Student Choice in Choosing Bogor Agricultural University (Indonesia) For Further Study. *Journal of Education and e-Learning Research*, 3(3), 87–97.
- Jauch, Lawrence R.; William F. Glueck. (1996). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan (edisi ketiga)*. Jakarta : Erlangga.
- Khairani, Ahmad Zamri; Nordin Abd.Razak. (2013). Assessing Factors Influencing Students' Choice of Malaysian Public University : A Rasch Model Analysis, *International Journal of Applied Psychology*, 3(1), 19–24.
- Kotler, Philip; Kevin Lane Keller. (2013). *Marketing Management (14th edition)*. England : Pearson Education Ltd.
- Padlee, Siti Falindah; Abdul Razak Kamaruddin; Rohaizat Baharun. (2010). International Students' Choice Behavior for Higher Education at Malaysian Private Universities. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 202–211.
- Putong, Iskandar. (2010). *Economics – Pengantar Mikro dan Makro (edisi keempat)*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Shah, Mahsood; Chenicheri Sid Nair; Lorraine Bennett. (2013). Factors Influencing Student Choice to Study at Private Higher Education Institutions. *Quality Assurance in Education*, 1–14.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suryani, Wan; Paham Ginting. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Al Munawaroh Medan', *Modernisasi*, 9(1), 33–48.
- Wilkins, Stephen; Melodena Stephens Balakrishnan; Jeroen Huisman. (2012). Student Choice in Higher Education : Motivations for Choosing to Study at an International Branch Campus, *Journal of Studies in International Education*, 16(5), 413–33.