

IDENTIFIKASI DEMOGRAFI DAN FAKTOR PEMILIHAN PRODI MAHASISWA ANGKATAN 2017 DAN 2018 DI LINGKUNGAN FIAI

Ulfa Windi Humaira,¹ Nailia Nurul Hikmah² Rizki Anfani Fahmi³

¹ Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia,
Email : ulfawindihumaira@gmail.com

*Corresponding author

² Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia,
Email : nailianrl@gmail.com

³ Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia,
Email : rizqi.anfanni@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian terhadap identitas demografi dan faktor pemilihan program studi di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia bagi mahasiswa angkatan 2017 dan 2018. Sekitar 610 dari 990 mahasiswa telah mengisi kuisioner ini. Hasil dari penelitian ini faktor dalam pemilihan program studi tidak hanya temuat dalam faktor internal dan eksternal. Melainkan dari demografi mahasiswa dimana faktor letak geografis juga berpengaruh. Data ini menunjukkan ada kesamaan dalam asal mahasiswa, sekolah dan letak FIAI. Data ini menghasilkan bahwa ada suatu emosi terkait lingkungan dalam pemilihan. Selain itu dalam faktor pemilihan program studi dibagi menjadi 4 yaitu alasan pemilihan lanjut kuliah, Fakultas, dan program studi. Faktor lanjut kuliah didominasi dengan dorongan orang tua. Pemilihan fakultas rata-rata karena sesuai dengan minat. Sedangkan pemilihan prodi karena akreditasi. Serta pendukung lain seperti waktu memilih yang kebanyakan setelah pengumuman PTN dan sumber informasi dari keluarga dan website.

Kata Kunci: Analisis Demografi, Faktor Pemilihan Prodi, Calon Mahasiswa FIAI UII

A. PENDAHULUAN

Universitas adalah satu tempat yang menjadi sarana dalam meningkatkan kualitas diri. Diperlukan alasan dan strategi dalam memilih universitas yang nantinya menjadi tempat mengolah diri. Saat ini perkebangan universitas semakin meluas, banyak sekali universitas yang menawarkan program-program yang sama. Oleh karena itu persaingan akan semakin besar dan tingkat tidak dipilih akan semakin besar. Ibarat pembeli harus ada pengambilan keputusan yang dapat memenuhi kebutuhan.

Seperti yang disampaikan Kotler dan Keller (2009:184), Proses pengambilan keputusan membeli pada konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat individual (internal) maupun yang berasal dari lingkungan (eksternal). Faktor Individual (internal) termasuk didalamnya, sumber daya konsumen, keterlibatan personal dan motivasi, pengetahuan, sikap, kepribadian, dan gaya hidup. Dan yang kedua adalah faktor lingkungan (eksternal) yaitu, budaya, kelas sosial, dan pengaruh kelompok¹

Sebagai pihak kampus atau universitas juga pentingnya mengetahui alasan atau latar belakang mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi yang mereka tuju. Menurut Peter Anderson, faktor yang mempengaruhi pemilihan tempat universitas/kursus, ada 10 faktor: pengajarannya, tenaga pendidiknya, akreditasi, mutu pembelajarannya, prospek kerja, lokasi universitas/kursus, kehidupan sosialnya, fasilitas, biaya, dukungan dari keluarga/kerabat dan agamanya. Dari apa yang disampaikan, beberapa hal yang bisa kita ambil, yang menurut peneliti penting seperti akreditasi, fasilitas, biaya, prospek kerja, dukungan keluarga/kerabat akan kami bagi, karena ini merupakan faktor terpenting ketika pemilihan universitas².

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan dua macam yang dipadukan menjadi satu yaitu Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, dimana penelitian ini akan menjabarkan hasil menggunakan data statistik terhadap modus tertinggi dalam menjawab pertanyaan. Penelitian ini akan mengungkap fakta tentang identitas demografi dan alasan pemilihan program studi yang ada di FIAI. Penelitian ini mengambil data primer dari 610 dari 990 mahasiswa FIAI angkatan 2017 dan 2018 yang berbagi menjadi 3 prodi, yaitu Ahwal Syakhshiyah, Pendidikan Agama Islam, dan Ekonomi. Proses dalam pengambilan data tersebut langsung dari mahasiswa yang mengisi kuisioner secara *online*.

¹ Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

² Anderson, Peter. 2010. *Perspectives: Policy and Practice in Higher Education*. Perspectives, Volume 3, Number 4, Winter 1999

Kuisisioner yang diberikan memuat pertanyaan dengan beberapa struktur yang kami susun, yaitu identitas, identitas asal sekolah, dan pertanyaan. Pada bagian Identitas, responden harus mengisi jenis kelamin, NIM, asal kabupaten dan asal provinsi. Pada bagian identitas asal sekolah memuat pertanyaan seputar nama asal sekolah dan alamatnya. Sedangkan dibagian pertanyaan memuat beberapa hal seperti pertanyaan tentang asal sumber informasi terkait Fakultas atau Program studi dan faktor pemilihan program studi.

Pada bagian identitas, dan identitas asal sekolah, merupakan pertanyaan yang dikhususkan untuk menjawab identitas demografi. Prosesnya akan mengumpulkan variabel yang sejenis terutama bagian daerah asal. Output yang diberikan bisa menjadi langkah strategis dalam melakukan sosialisasi dengan pertimbangan jumlah peminat terbanyak berasal dari daerah tertentu. Sedangkan pertanyaan yang berkaitan dengan sumber informasi dan faktor pemilihan termuat dalam 11 pertanyaan. Bahkan beberapa pertanyaan telah kami kerucutkan menjadi pertanyaan seputar keunggulan program studi. Hasil dari pertanyaan tersebut bisa menjadi bahan evaluasi terhadap keunggulan dan program apa saja yang bisa ditawarkan.

Pada teknik analisis, dalam mengungkap identitas demografi dan faktor pendorong pemilihan program studi menggunakan tabel nilai *modus* untuk menjelaskan hasil yang didapat. Prosesnya diperlukan teori perilaku konsumen. Teori perilaku konsumen. Menurut Wayne D. Hoyer dan Deborah J. MacInnis adalah studi tentang individu, kelompok, atau organisasi dan semua kegiatan yang terkait dengan pembelian, penggunaan, dan pembuangan barang dan jasa, termasuk respons emosional, mental, dan perilaku konsumen yang mendahului atau mengikuti suatu kegiatan³. Teori ini membantu dalam merumuskan faktor dalam penentuan program studi. Hasil yang ditampilkan terdapat akan dilengkapi dengan deskripsi yang akan menjelaskan angka yang ditunjukkan serta persentase untuk membandingkan dengan variabel lain agar saling berkesinambungan

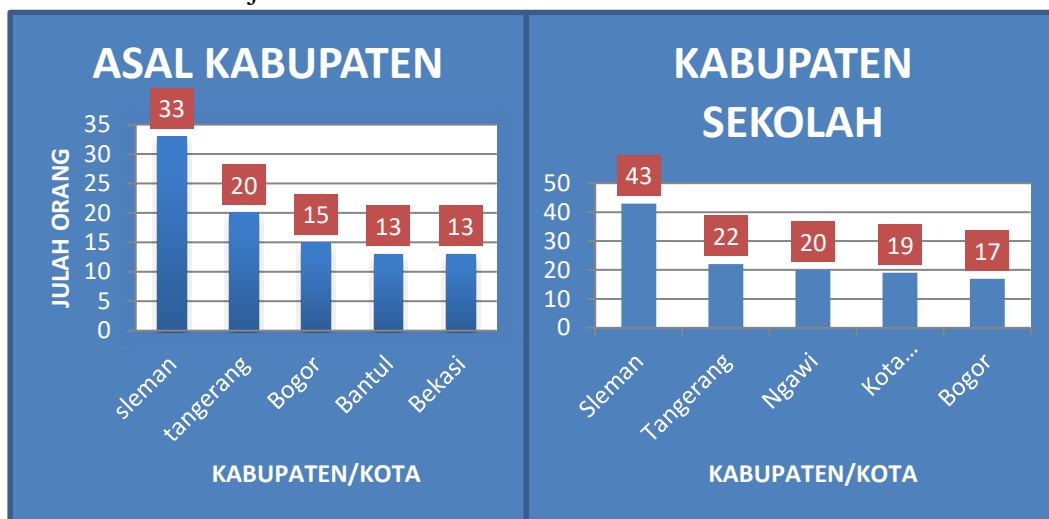
³ Wayne, D. Hoyer and Deborah J. MacInnis. 2009. *Consumer Behavior, fifth edition*. South Western

dan menjadi saran kedepannya terkait pemasaran FIAI.

C. HASIL PENELITIAN

1. Identitas Demografi

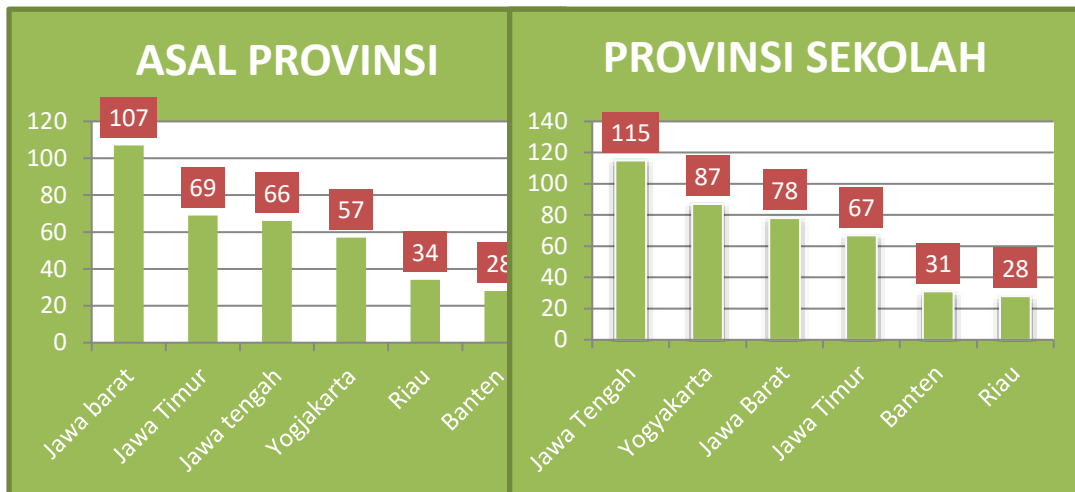
Dalam mengungkap identitas demografi dari mahasiswa FIAI angkatan 2017 dan 2018 akan ditunjukkan melalui tabel berikut:



Tabel 1. Asal Kabupaten

Pada Tabel diatas menunjukkan 5 kabupaten/kota dengan jumlah mahasiswa berasal dan asal sekolah mereka. Pada tabel diatas menunjukkan sebuah persamaan bahwa korelasi antara asal dan sekolah masih dipengaruhi kecenderungan untuk berada ditempat yang sama. Hal tersebut dibuktikan bahwa mereka melanjutkan sekolah dimana letak dari sekolah tersebut berada dalam satu wilayah. Itu juga yang menjadi salah satu faktor bahwa mahasiswa FIAI didominasi oleh orang yang berasal dari Sleman juga. Tidak dapat dipungkiri bahwa letak geografis dari keseharian yang sama dengan letak kampus mempengaruhi minat dan informasi terhadap dunia perkuliahan. Persuasif yang ditimbulkan lebih besar dibandingkan yang tidak dalam satu wilayah. Hal ini dikarenakan siswa yang berada dalam satu wilayah lebih mengerti dan ciri khas dari

kampus tersebut, sehingga mereka lebih bisa menentukan mana program dan kualitas yang sesuai tujuan yang ingin dicapai.

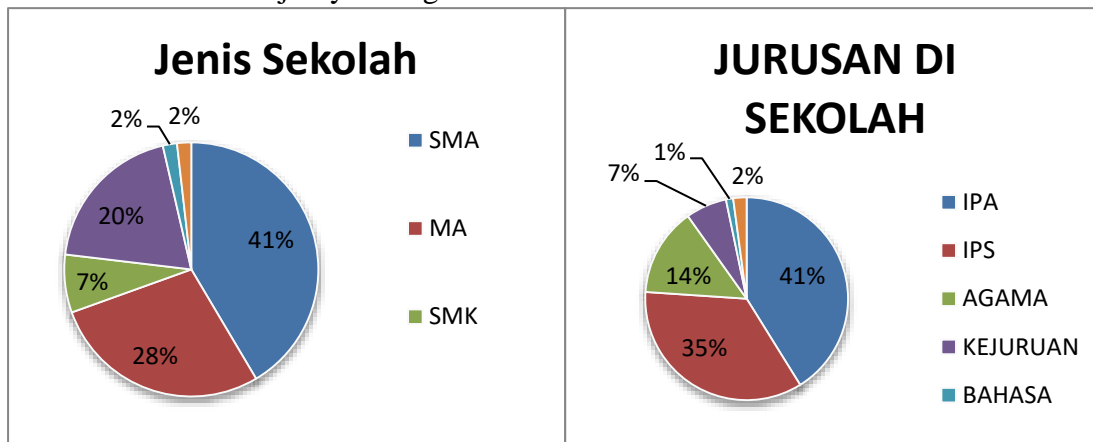


Tabel 2. Asal Provinsi

Tabel diatas menjelaskan 6 Provinsi terbanyak menghasilkan mahasiswa FIAI. Sejah ini ada sedikit perbedaan antara kabupaten/kota asal dengan provinsi. Jika kabupaten/kota masih didominasi oleh yang berasal dari satu wilayah dengan FIAI, kali ini untuk asal provinsi didominasi oleh Jawa Barat dan untuk sekolah oleh Jawa Tengah. Namun walaupun seperti itu jika dianalisi lebih lanjut keduanya merupakan provinsi yang sama hanya saja kedudukannya yang membedakan.

Dari kedua tabel diatas menunjukkan bahwa keinginan untuk melanjutkan sekolah didaerah asal cenderung tinggi dibanding mencari susana baru atau pengalaman baru. Hal ini menjadi salah satu bentuk perbaikan dalam menentukan cara menarik mahasiswa berbagai daerah apalagi antarnegara. Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang hanya berfokus pada alasan internal dan eksternal yang lebih mengerucut pada keinginan dan dorongan terhadap si individu. Ini menjadi salah satu hal yang terlewatkan bahwa mayoritas mahasiswa FIAI tentu saja memilih berada di zona aman dengan penjaminan lingkungan dan adaptasi yang tidak terlalu berlebihan. Namun

sebagian dari mereka pun juga ada yang mencoba untuk merantau untuk mencari pengalaman yang berbeda dengan kondisi lingkungan dan masyarakat yang berbeda. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FIAI dibagi menjadi 2 kelompok, dimana ada kelompok yang berada di zona aman dan ada kelompok yang di luar zona aman. Selanjutnya mengenai identitas disekolah.



Tabel 3. Identitas pendidikan

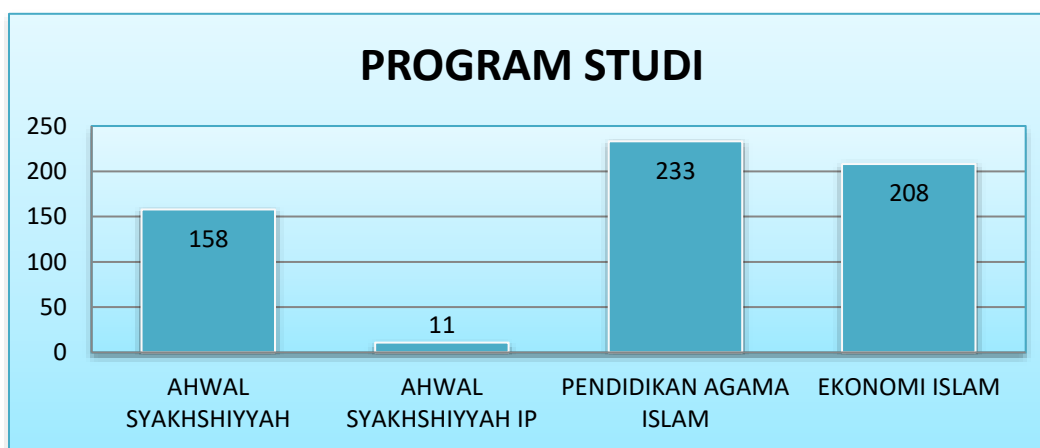
Tabel berikut menjelaskan mengenai identitas jenis sekolah dan jurusan yang diambil. Pada dasarnya program studi di FIAI berbasis SOSHUM dan Islam. Namun faktanya mahasiswa FIAI didominasi oleh jenis sekolah berbasis Sekolah menengah atas (SMA) bukan Madrasah Aliyah dan Pondok Pesantren. Hal ini ditunjukkan dengan 253 orang sekitar 4.43% mahasiswa FIAI bukan target dari pasar FIAI. Jurusan yang diambil saat sekolah pun IPA yang tertinggi dengan 251 orang. Hal ini menjelaskan bahwa hubungan antara kejurusan saat di sekolah tidak akan menjadi penentu atau penjamin bahwa minat dan bakat siswa akan menjurus pada pilihan saat sekolah. Bahkan data diatas menunjukkan dari sekian banyak siswa ingin mencoba dibidang yang berbeda dengan jurusannya di sekolah. Dominasi tersebut menjelaskan identitas mahasiswa FIAI rata-rata ingin mencoba hal baru yang bisa menambah pengetahuan dan *skill* yang didapat sebelumnya.

Hal ini bisa menjadi evaluasi dari strategis dari sasaran pasar FIAI yang notabeneanya adalah siswa MA dan Pondok. Oleh karena itu diperlukan strategi baru dan

perluasan pasar sosialisasi yang mulai mengarah lebih umum. Walaupun begitu program studi di FIAI tetap diminati oleh sebagian kalangan yang berbeda jalur keahliannya.

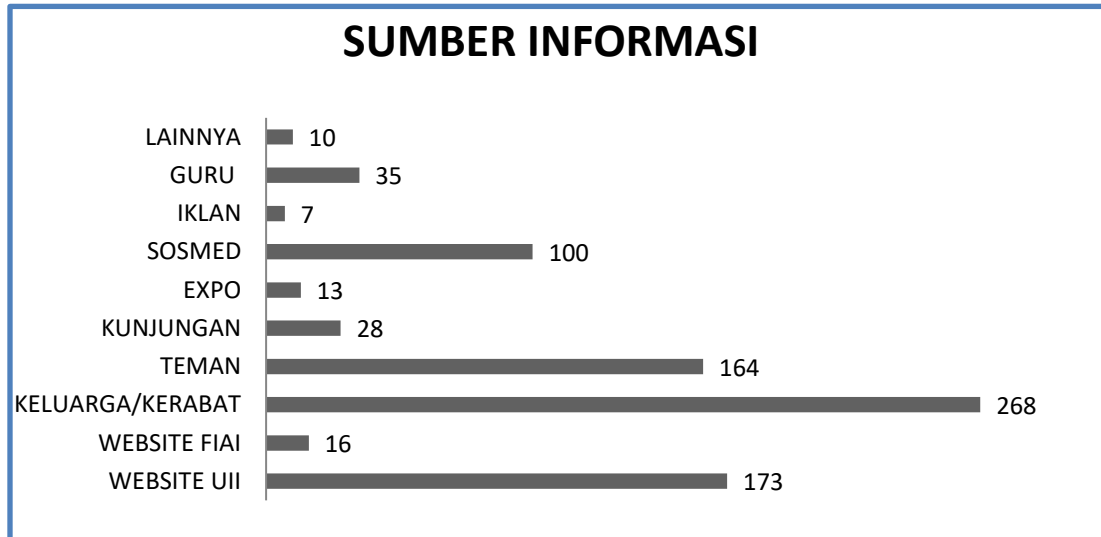
2. Alasan Pemilih Program Studi dan Waktu Pemilihan

Pada sub bab ini akan dijelaskan terkait mahasiswa tiap program studi di FIAI dan rencana saat pemilihan prodi saat ini. Pertama data mahasiswa yang mengisi kuisisioner ini dibagi menjadi 4 program studi dengan total sebagai berikut.



Tabel 4. Jumlah mahasiswa Program studi

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, dari 610 mahasiswa yang mengisi kuisisioner kebanyakan adalah mahasiswa dari jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI). Sejumlah 233 orang berasal dari PAI, disusul 208 orang dari Ekonomi Islam, dan 158 orang dari Ahwal Syakhshiyah serta 11 orang program internasional. Adapun mahasiswa tersebut yang menjadi penentuan faktor dalam pemilihan program studi di FIAI.

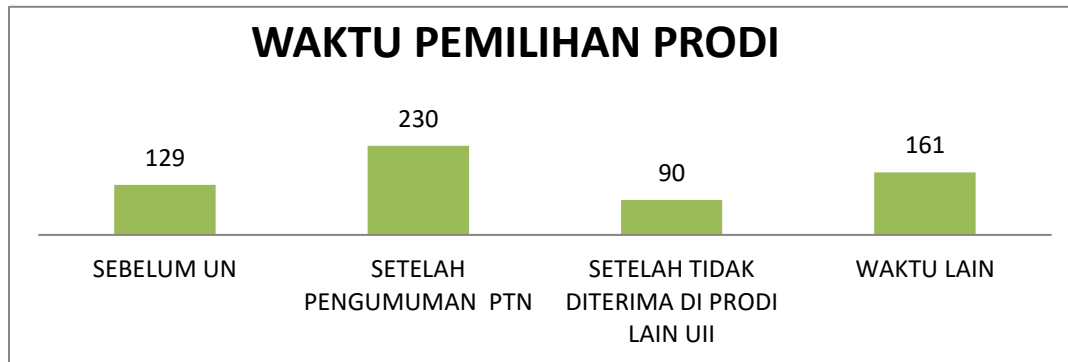


Tabel 5. Sumber Informasi

Pertama dalam mengalisi faktor dalam pemilihan program studi adalah sumber yang menjadi perantara antara individu dengan kampus. Dari data tersebut sumber yang digunakan adalah yang sifatnya langsung dan tidak langsung. Opsi yang diberikan dibagi berdasarkan sifatnya. Bahwa dalam hal mencari informasi kebanyakan siswa dipengaruhi oleh orang terdekat. Selain karena faktor pengaruh dalam keseharian yang sangat besar, tentu saja ikatan emosional antara informan dan siswa menjadi lebih persuasif. Pendekatan secara personal menjadi salah satu faktor dalam mencari informasi, selain mendapat secara langsung pendekatan personal bisa memberikan kesempatan siswa untuk menanya lebih jauh terkait informasi yang diperlukan.

Istilah lain terhadap pendekatan ini adalah *Personal Selling*. Teknik ini adalah teknik yang sudah sangat lama digunakan dan terbukti efek persuasif yang berikan lebih terasa. Melalui tutur kata dan tatapan yang meyakinkan menjadi sarana dalam menyampaikan informasi tersebut. Namun setelah memasuki era milineal ini, selain menggunakan teknik *personal selling* diperlukan sumber informasi yang mudah, murah, dan efisien untuk diperoleh. Ini yang menjadikan opsi Website termasuk banyak

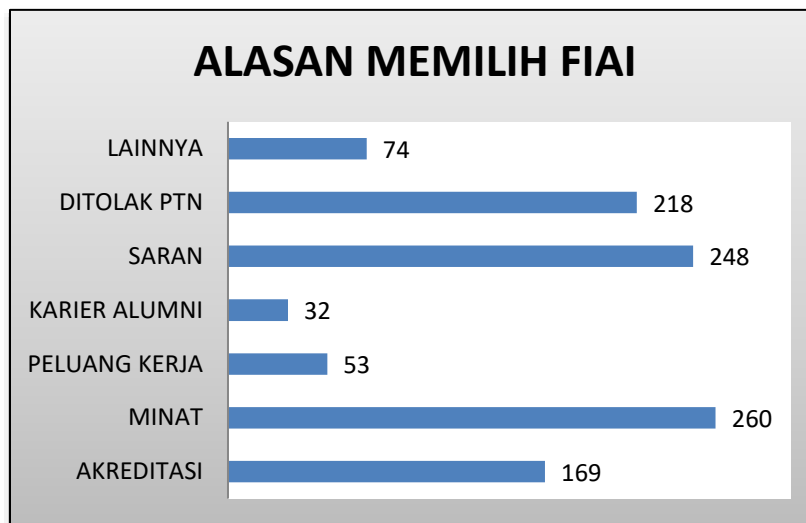
digunakan. Keduanya memiliki 2 muka yang saling membantu dalam memberikan informasi.



Tabel 6. Waktu Pemilihan Program studi

Adapun setelah melakukan pendekatan untuk memberikan informasi adalah penentuan dari pemilihan tersebut. Tentu saja dari pendekatan tersebut tidak semuanya akan tertarik saat itu juga. Terbukti pemilihan program studi di FIAI adalah setelah pengumuman PTN. Pengaruh dari citra bahwa PTN lebih baik dan lebih murah masih melekat tiap siswa tahun akhir dari masa ke masa. Hal ini menjadikan swasta selalu menjadi cadangan pilihan. Terutama kondisi geografis FIAI sendiri dikelilingi oleh universitas-universitas baik negeri maupun swasta menjadi saingan tersendiri. Dampak dari hal tersebut kebanyakan pendaftar FIAI selalu dipenuhi dekat gelombang akhir. Akibatnya dengan kebijakan yang ada maka kualitas penerimaan pun akan berdampak. Sekian banyak dari mahasiswa FIAI adalah pilihan kesekian dengan faktor pendorong bahwa gagal diterima di PTS.

Tanpa disadari bahwa waktu pemilihan adalah faktor yang paling krusial. Dampaknya tentu saja berkepanjangan. Tergantung dari inisiatif kampus yang mengambil celah tersebut terhadap siswa yang tidak di terima PTN atau menunggu dan kesempatan tersebut diambil oleh kampus lainnya.



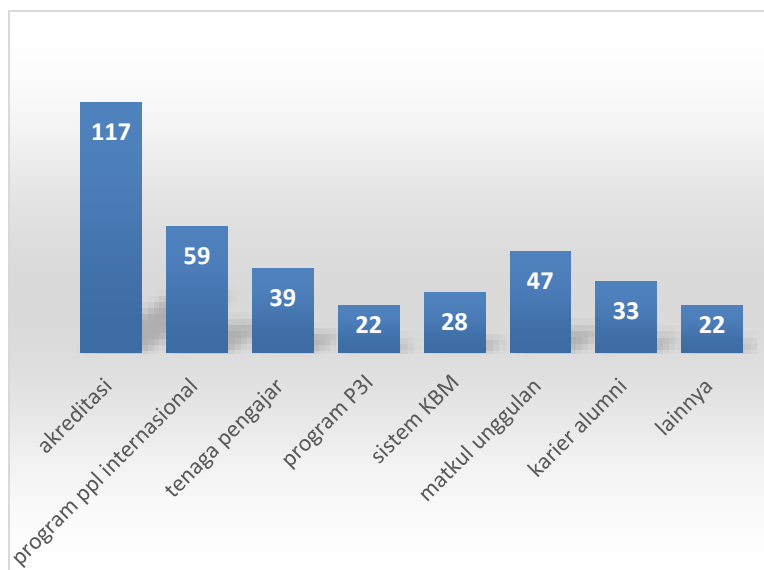
Tabel 7. Alasan memilih FIAI

Alasan dalam memilih FIAI akan dibagi menjadi beberapa kategori. Tabel diatas adalah pertanyaan umum yang telah dilakukan dipenelitian sebelumnya. Seperti penelitian yang dilakukan Y. Andriansyah, B. Nudin, A. Budiwati yang menganalisi demografi asal daerah dan sekolah, alasan internal dan eksternal memilih fakultas ilmu agama islam, dan sumber informasi yang diperoleh⁴. Pertanyaan terkait alasan memilih fakultas ini kurang lebih sama karena diambil dari permasalahan umum. Namun yang coba diungkap adalah perubahan terhadap jawaban atas permasalahan ini. Kalau penelitian sebelumnya faktor yang mempengaruhi adalah tidak diterima di PTN sesuai perkembangan zaman maka pemilihan pun akan berubah. Hal ini yang coba diukur melalui penelitian ini, hasilnya tentu saja berubah saat ini memilih karena minat sendiri dan sesuai keinginan. Dari perolehan tersebut menunjukkan bahwa pergeseran persepsi terhadap Program studi sedikit demi sedikit mulai kepada program studi yang unggul walaupun masih dalam kategori swasta. Namun faktor tidak diterima PTN masih menjadi yang terbesar juga. Penelitian ini responden diperbolehkan untuk memilih lebih dari 1 sehingga ketika memilih sebuah program studi selalu ada faktor lebih dari 1 dalam

⁴ Y. Andriansyah, dkk. (2017). Students' college choice in the Faculty of Islamic Studies, Islamic University of Indonesia. Trends and Issues in Interdisciplinary Behavior and Social Science

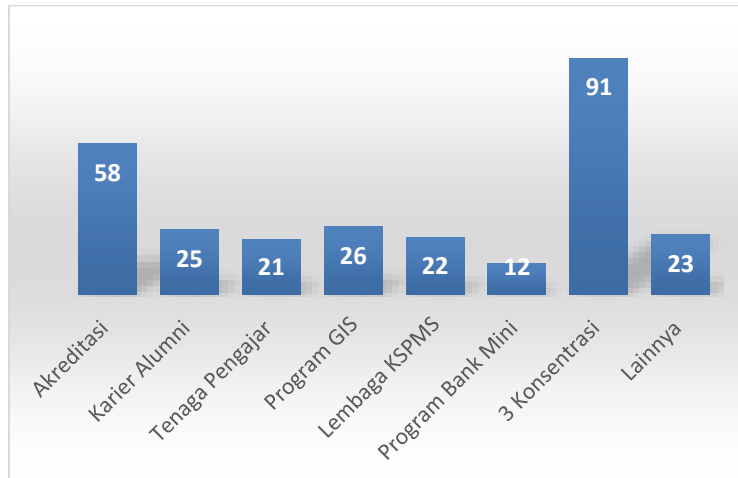
memutuskan pemilihan program studi.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Y. Andriansyah, dkk. (2017) belum terdapat analisis mengenai pemilihan prodi yang berdasar pada keunggulan prodi masing-masing. Sehingga didapatkan hasil bahwa masih banyak mahasiswa yang belum mengetahui keunggulan dari prodinya sendiri. Berikut data yang didapat dari survey pemilihan prodi berdasar keunggulan yang dimiliki.



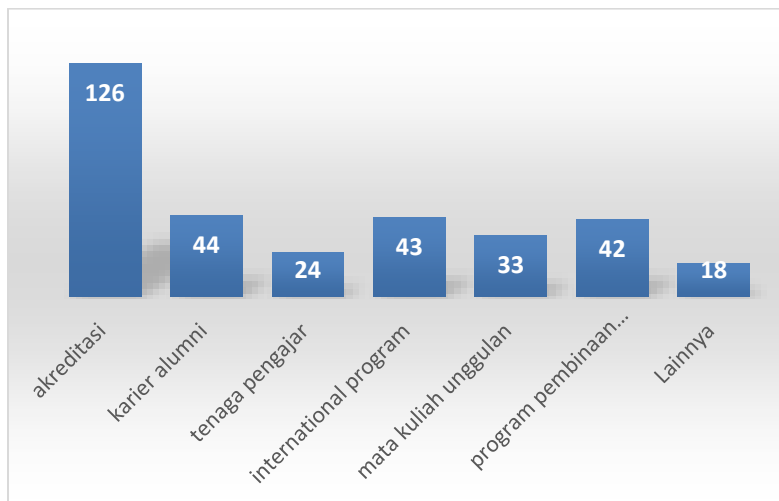
Tabel 8. Faktor Pemilihan Prodi PAI

Dengan beberapa keunggulan program studi Pendidikan Agama Islam yang kami sajikan dalam kuisisioner untuk mensurvei apakah responden memilih prodi PAI berdasar keunggulan yang dimiliki atau tidak. Dari tujuh poin keunggulan prodi PAI yang kami sajikan, yaitu: akreditasi, tenaga pengajar, karier alumni, PPL Internasional, program P3I, sistem pembelajaran *blinded learning dan students center learning*, dan mata kuliah unggulan (edupreneur), kebanyakan mahasiswa memilih prodi PAI berdasar akreditasi yang dimiliki prodi. Dari sini menjadi evaluasi bahwa banyak program unggulan yang belum diketahui mahasiswa. Sehingga, kegiatan pemasaran harus lebih aktif dalam membagi informasi mengenai keunggulan dari setiap prodi di FIAI UII.



Tabel 9. Faktor Pemilihan Prodi Ekonomi Islam

Program studi ekonomi islam memiliki keunggulan sebagai berikut: akreditasi, karier alumni, tenaga pengajar, program Galeri Investasi Syariah, lembaga prodi KSPMS (Kelompok Studi Pasar Modal Syariah), program Bank Mini, dan tiga konsentrasi (K3: bisnis islam, keuangan publik, dan perbankan syariah). Keunggulan yang disajikan dalam kuisioner tersebut, sebanyak 51.1% dari responden memilih tiga konsentrasi (K3: bisnis islam, keuangan publik, dan perbankan syariah) sebagai faktor pemilihan prodi. Dengan demikian, menjadi bahan evaluasi agar dapat memasarkan prodi dengan program-program unggulan yang dimiliki dan jarang terpublikasi.



Tabel 10. Faktor Pemilihan Prodi Ahwal Syakhsiah

Sebanyak 126 responden dari prodi Ahwal Syakhsiah, menyatakan bahwa faktor pemilihan prodi ini berdasar pada akreditasi prodi. Hal ini sangat signifikan, bahwa akreditasi memang penting untuk eksistensi prodi. Karena diatas pun telah disebutkan bahwa faktor pemilihan prodi PAI didasarkan oleh hal yang sama, yaitu akreditasi. Padahal ada enam keunggulan yang kami sajikan dalam kuisisioner, yaitu: akreditasi, tenaga pengajar, karier alumni, program internasional menggunakan bahasa Arab 70% dan Inggris 30%, mata kuliah unggulan (ilmu falak), dan program pembinaan bahasa arab.

Dengan kuisisioner pemilihan prodi berdasar keunggulan tersebut, menjadi bahan evaluasi bagi kegiatan pemasaran FIAI UII, dan hal ini belum pernah dilakukan



sebelumnya. Hal ini ditujukan agar ada menjadi acuan bagi prodi sendiri untuk meningkatkan dan mengembangkan keunggulan yang dimiliki.

D. PENUTUP

Dari dua pembahasan diatas terkait identitas demografi dan faktor pemilihan program studi yang ada di FIAI. Dari segi demografi rata-rata mahasiswa FIAI berasal dari pulau jawa, baik daerah asal maupun asal sekolah. Hubungan antar dua kategori ini menunjukkan bahwa mahasiswa FIAI cenderung tidak keluar dari wilayah asalnya bahkan sampai berkuliah. Dominasi mahasiswa FIAI juga tidak sesuai dengan pasar sosialisasinya dimana kebanyakan berasal dari SMA dan jurusan IPA. Ada beberapa faktor dalam memutuskan untuk berkuliah, salah satunya yang terbanyak adalah karena dorongan orang tua. Pemilihan Fakultas bagi mahasiswa FIAI didominasi karena seusai dengan minat selain itu faktor tidak di terima di PTN. Hal ini yang juga menjadikan waktu terbanyak mereka memutuskan untuk memilih program studinya saat ini. Sedangkan dalam memilih program studi kebanyakan karen alasan akreditasi dan bukan program unggulan dari program studi tersebut. Informasi yang diperoleh kebanyakan dari keluarga/kerabat dan juga website UII.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Peter. 2010. Perspectives: Policy and Practice in Higher Education. Perspectives, Volume 3, Number 4, Winter 1999
- Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Wayne, D. Hoyer and Deborah J. MacInnis. 2009. *Consumer Behavior, fifth edition*. South Western
- Y. Andriansyah, dkk. (2017). Students' college choice in the Faculty of Islamic Studies, Islamic University of Indonesia. Trends and Issues in Interdisciplinary Behavior and Social Science – Lumban Gaol et al. (Eds) © Taylor & Francis Group, London, ISBN 978-1-138-03516-4.