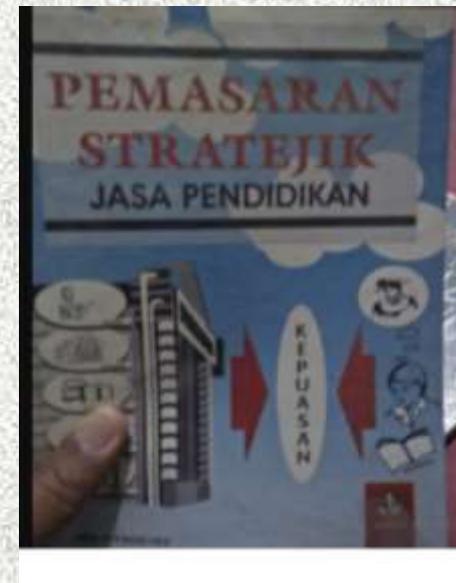
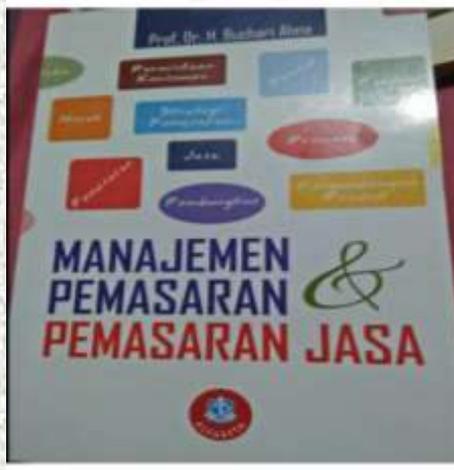


CITRA IAIN PADANGSIDIMPUAN DI KALANGAN SISWA BERPRESTASI (PERSPEKTIF MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN)

Disampaikan pada acara
KULINER 14 LPPM IAIN
Padangsidimpuan

Oleh: Muhammad Isa, ST, MM



A. Latar Belakang Masalah

- Dalam rangka pengembangan lembaga IAIN Padangsidimpuan, jumlah mahasiswa yang diasuh menjadi salah satu aspek yang penting untuk diperhatikan.
- IAIN Padangsidimpuan menerapkan 3 (tiga) macam seleksi penerimaan mhs baru (SPAN PTKIN, UM-PTKIN, Ujian Mandiri). Calon mahasiswa berasal dari SMA, SMK, MA, Pesantren dengan latar belakang kesejahteraan keluarga yang bervariasi.
- Berdasarkan data tahun-tahun sebelumnya ternyata banyak calon mhs yang lulus dari jalur SPAN PTKIN/siswa berprestasi yang tidak melakukan daftar ulang kembali (ex. pd th 2018 yg lulus sebanyak 1725 orang, yang daftar ulang kembali hanya 779 orang atau 45,15 %)
- Minat siswa berprestasi rendah → Banyak faktor penyebabnya (....., citra,,). Bagaimana Citra IAIN Padangsidimpuan di kalangan siswa berprestasi?

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah citra IAIN Padangsidempuan di kalangan siswa berprestasi?
2. Adakah perbedaan citra IAIN Padangsidempuan di kalangan siswa berprestasi dari madrasah dibandingkan sekolah umum?
3. Adakah perbedaan citra IAIN Padangsidempuan di kalangan siswa berprestasi dari keluarga kurang mampu, menengah, dan mampu?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui citra IAIN Padangsidempuan di kalangan siswa berprestasi.
2. Untuk mengetahui perbedaan citra IAIN Padangsidempuan di kalangan siswa berprestasi dari madrasah dibandingkan sekolah umum.
3. Untuk mengetahui perbedaan citra IAIN Padangsidempuan di kalangan siswa berprestasi dari keluarga kurang mampu, menengah, mampu.

D. Kontribusi

1. Manfaat Teoritis:

- Memberikan sumbangan khazanah keilmuan melalui penelitian lapangan yang implementatif.
- Memberikan sumbangan kajian manajemen pemasaran yang diaplikasikan dalam bidang jasa pendidikan.

2. Manfaat Praktis:

- Memberikan informasi kepada *civitas akademika* IAIN Padangsidimpuan tentang citra lembaga IAIN Padangsidimpuan di kalangan mahasiswa berprestasi.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam penyusunan rencana promosi IAIN Padangsidimpuan di masa yang akan datang.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam perbaikan sistem seleksi calon mahasiswa baru IAIN Padangsidimpuan di masa yang akan datang.

E. Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu

- Konsumen cenderung untuk membentuk citra terhadap perusahaan, lembaga, toko, maupun merek didasarkan pada inferensi atau kesimpulan yang mereka peroleh dari stimuli pemasaran dan lingkungannya. Citra (*image*) adalah total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber untuk setiap waktu. (Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 106.)

- Para konsumen membeli sesuatu, bukan hanya sekedar membutuhkan barang itu, tetapi ada sesuatu yang lain yang diharapkannya. Sesuatu yang lain itu sesuai dengan citra yang terbentuk dalam dirinya. Oleh karena itu, penting sekali organisasi/lembaga memberi informasi kepada publik agar dapat membentuk citra yang baik.

- Palacio Meneses dan Peres memberikan beberapa indikator untuk mengukur baik buruknya sebuah perguruan tinggi di mata calon mahasiswanya, yaitu: 1) Fasilitas yang bagus (modern), 2) pilihan studi yang banyak, 3) suasana kampus yang baik (nyaman), 4) Tes masuk sulit (persaingan tinggi), 5) Biaya terjangkau, 6) kurikulum pendidikan yang bagus, 7) berorientasi praktis, 8) tenaga pengajar yang profesional 9) Peduli dengan kebutuhan mahasiswa, 10) bekerja sama dengan dunia kerja/industri, 11) dekat dengan tokoh nasional/figur publik, 12) inovatif, 13) maju dalam berbagai hal, 14) bergengsi, 15) populer, 16) reputasi baik, 17) masa depan yang cerah.

(Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran: Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 214-215)

Penelitian terdahulu

Nama Peneliti/ Tahun

- Ayu Suci Rahayu dan Nur Hayati /2014

Judul

- Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Terhadap Pengambilan Keputusan (*Decision Making*) Calon Mahasiswa STIE STAN Indonesia Mandiri Bandung (Penelitian, STIE STAN Indonesia Mandiri)

- Nana Trisna Mei Br
Kabeakan /2016

- Pengaruh Faktor Sosial dan Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara Melalui Sikap Sebagai Variabel Intervening (Thesis, Universitas Sumatera Utara)

- Natalia Erlika Dwi K., Margono Setiawan, dan Astrid Puspaningrum/ 2017
- Pengaruh Citra Institusi dan Kualitas Layanan Terhadap Retensi Melalui Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Universitas Ma Chung di Kota Malang) (*South East Asia Journal Of Contemporary Business, Economics and Law, Vol 14, December 2017*)

F. Metode Penelitian

- **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Padangsidempuan. Penelitian ini dilakukan terhadap para siswa berprestasi di seluruh SMA/MA sederajat di Kota Padangsidempuan. Pertimbangannya adalah karena siswa yang sekolah di kota inilah yang sudah lebih tahu dan mengenal keberadaan IAIN Padangsidempuan dengan lebih baik. Waktu penelitian ini adalah mulai bulan Maret 2019 sampai Agustus 2019.

- **Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan kuantitatif deskriptif. Teknik deskriptif digunakan apabila tujuannya untuk menggambarkan sesuatu hal.

Populasi dan Sampel

- Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa berprestasi di seluruh sekolah SMA/MA sederajat se-kota Padangsidempuan. Siswa berprestasi adalah siswa yang memperoleh peringkat 1 sampai 10 di kelas XII.
- Ukuran sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan pendekatan Isac Michel (populasi tidak diketahui).

Ukuran sampel (n)

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

n= 216,89 orang \approx 220 orang

- Teknik sampling dilakukan dengan metode purposive sampling.

Teknik pengumpulan data

- Dokumentasi
- Kuesioner

Variabel	Indikator	No. Butir kuesioner
Citra	Fasilitas yang bagus (modern),	1
	pilihan studi yang banyak	2
	suasana kampus yang baik (nyaman),	3
	Tes masuk sulit (persaingan tinggi),	4
	Biaya terjangkau	5
	kurikulum pendidikan yang bagus	6
	berorientasi praktis	7

	tenaga pengajar yang profesional	8
	Peduli dengan kebutuhan mahasiswa	9
	bekerja sama dengan dunia kerja/industri	10
	dekat dengan tokoh nasional/figur publik	11
	inovatif	12
	maju dalam berbagai hal	13
	bergengsi	14
	populer	15
	reputasi baik	16
	masa depan yang cerah	17

Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

- Uji validitas dan reliabilitas
- Untuk menjawab rumusan masalah nomor 1 digunakan teknik rata-rata
- Untuk menjawab rumusan masalah nomor 2 digunakan teknik t test untuk sampel independen(uji beda)
- Untuk menjawab rumusan masalah nomor 3 digunakan teknik ANOVA
- Catatan: pada praktiknya pengolahan data dilakukan dengan bantuan software SPSS ver 23

G. HASIL PENELITIAN

1. Citra IAIN Padangsidempuan di kalangan siswa berprestasi se-Kota Padangsidempuan termasuk dalam kategori “baik” dengan nilai rata-rata 3,23 dari skala maksimum 5.
2. Ada perbedaan citra IAIN Padangsidempuan antara siswa berprestasi yang berasal dari sekolah umum dan madrasah, dimana citra IAIN Padangsidempuan lebih bagus di mata siswa dari madrasah dibandingkan siswa dari sekolah umum.

3. Tidak ada perbedaan citra IAIN

Padangsidimpunan di kalangan siswa berprestasi dari keluarga kurang mampu, menengah, dan mampu

H. IMPLIKASI

1. Walaupun citra IAIN Padangsidimpuan berada pada kategori “baik” dengan nilai 3,23 dalam rentang skala 1-5, tetapi harus dilakukan usaha yang berkelanjutan dalam meningkatkan citranya di mata masyarakat bahkan hingga mencapai nilai sempurna.

2. Promosi pada sekolah umum perlu diintensifkan dengan lebih gencar dan dilakukan dengan metode yang lebih *up to date* , dengan tidak mengabaikan promosi pada madrasah.
3. Sampai sejauh ini, berdasarkan penelitian ini IAIN Padangsidempuan tidak perlu merancang teknik promosi berdasarkan latar belakang kesejahteraan keluarga calon mahasiswa (terutama Jalur SPAN).

H. Daftar Pustaka

- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2009.
- Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2003
- Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran: Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Paulus Lilik Kristianto, *Psikologi Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Rekalpitulasi SPMB IAIN Padangsidempuan Tahun 2018
- Rini Dwiastuti, dkk., *Ilmu Perilaku Konsumen*, Malang: UB Press, 2012.
- Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2009.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia