

HUBUNGAN PERSEPSI DAN PREFERENSI LULUSAN SLTA (SEKOLAH LANJUTAN TINGKAT ATAS) TERHADAP MINAT MEMILIH PERGURUAN TINGGI KEAGAMAAN ISLAM NEGERI DI SAMARINDA

Rega Armella

UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

Jl. H.A.M Rifaddin, Harapan Baru, Kec. Loa Janan Ilir, Kota Samarinda, Kalimantan Timur

Abstrak

Perguruan Tinggi salah satunya yakni Institut Agama Islam Negeri Samarinda (IAIN) memberikan peluang bagi peserta didik untuk bisa mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Untuk melanjutkan ke Perguruan Tinggi tentu diawali dengan adanya rasa ketertarikan untuk mencari informasi, hal inilah yang akan membentuk persepsi para lulusan khususnya lulusan SLTA. Tidak hanya berhenti pada persepsi saja, untuk memilih perguruan tinggi tentu terdapat preferensi atau standar yang digunakan untuk memilih Perguruan Tinggi hal ini lah yang nantinya akan membentuk adanya minat daripada lulusan SLTA dalam memilih Perguruan Tinggi, salah satunya ialah Institut Agama Islam Negeri Samarinda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan persepsi, preferensi lulusan SLTA terhadap minat memilih Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri Samarinda. Adapun metode daripada penelitian ialah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yakni berusaha memberikan gambaran objek se jelas-jelasnya dengan keadaanya yang disertai dengan angka-angka atau menggunakan statistik. Adapun populasi daripada penelitian ini ialah mahasiswa IAIN Samarinda angkatan tahun 2015 (yang sudah melakukan proses herregistrasi) yang berjumlah sebanyak 835 orang. Untuk sampel yang digunakan sebanyak adalah sebanyak 249 orang dengan penentuan sampel berdasarkan taraf kesalahan 5%. Dari hasil yang telah dihitung dengan menggunakan rumus korelasi parsial, ditemukan bahwasanya terdapat hubungan antara preferensi lulusan SLTA terhadap minat memilih Perguruan Tinggi Keagamaan Islam di Samarinda.

Kata Kunci: Lulusan SLTA, Persepsi, Preferensi, Minat, Perguruan Tinggi, IAIN Samarinda

Abstract

One of the university, In this case is State Islamic Institute of Samarinda (IAIN Samarinda), provides opportunities for students to be able to develop science and technology. To continue to higher education, of course, begins with an interest in seeking information, this is what will shape the perceptions of graduates, especially high school graduates. Not only does it stop at perception, to choose a university, of course, there are preferences or standards used to choose a university, this is what will shape the interest of high school graduates in choosing a university, one of which is the Samarinda State Islamic Institute. This study aims to determine the relationship between perceptions, preferences of high school graduates on the interest in choosing the State Islamic Institute of Samarinda. The method of research is descriptive with a quantitative approach, which is trying to provide a clear picture of the object with its circumstances accompanied by numbers or using statistics. The population of this study were students of IAIN Samarinda class of 2015 (who had already carried out the herregistration process), amounting to 835 people. For the sample used as many as 249 people with the determination of the sample based on an error level of 5%. From the results that have been calculated using the partial correlation formula, it is found that there is a relationship between the preferences of high school graduates and the interest in choosing an Islamic Religious College in Samarinda.

Keywords: Senior High School Graduates, Perception, Preference, Interests, Higher Education, IAIN Samarinda

1. Pendahuluan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, Bab II (Dasar, Fungsi dan Tujuan) Pasal 2 disebutkan bahwa Pendidikan nasional berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pasal 3 Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi Marusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab (Terlampir Dalam *Undang-undang dan Peraturan Pemerintah RI, No. 20 Tahun 2013 Tentang Pendidikan*, n.d., p. h. 8).

Sebagaimana yang telah diketahui bahwasanya jenis pendidikan sendiri dibedakan menjadi dua, yaitu pendidikan formal dan pendidikan nonformal. Pendidikan formal diperoleh melalui lembaga pendidikan resmi, yaitu sekolah. Pendidikan formal merupakan pendidikan yang berjenjang dari pendidikan paling rendah sampai dengan pendidikan yang tinggi (SD, SMP, SMA dan Perguruan Tinggi). Sedangkan jalur pendidikan nonformal adalah pendidikan dalam bentuk pelatihan yang mempunyai organisasi di luar pendidikan formal, misalnya kursus.

Perguruan Tinggi adalah salah satu jenjang pendidikan dengan istilah Perguruan Tinggi yang disebut dalam Peraturan Pemerintah No.30 th 1990, yaitu organisasi satuan pendidikan, yang menyelenggarakan pendidikan di jenjang pendidikan tinggi, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Salah satu Perguruan Tinggi yang ada di Kalimantan Timur adalah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Samarinda. IAIN Samarinda memberikan peluang bagi peserta didik untuk bisa melanjutkan pendidikan dan mengembangkan pengalaman, ilmu pengetahuan, dan teknologi. Melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi tentu diawali dengan adanya sebuah rasa ketertarikan untuk mencari informasi, membentuk sebuah persepsi. Persepsi adalah proses interpretasi seseorang atas lingkungannya (Kreither & Angelo, 2005, p. h. 208) yang mana dalam hal ini para lulusan akan mencari berbagai sumber tentang perguruan tinggi yang akan dipilih. Tentunya Persepsi setiap orang terhadap suatu hal/objek akan berbeda-beda.. Oleh karena itu persepsi bersifat subjektif. Persepsi yang dibentuk seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya, dalam hal ini adalah Perguruan Tinggi yang akan dipilih (Setiadi, 2003, p. h. 160). Persepsi yang dimaksud dalam hal ini mengarah pada lulusan SLTA yang mana akan berkaitan erat dengan kesadarannya serta kenyataan yang obyektif yang akan mempengaruhi tindakannya seperti keputusan memilih sebuah Perguruan Tinggi.

Tentu dalam hal memilih perguruan tinggi tidak hanya terbentuk oleh persepsi para lulusan SLTA, tetapi juga berkaitan dengan yang namanya preferensi, sebagian besar diantara para lulusan akan memberikan harapannya sebagai standar atau acuan(Philip & L. Kevin, 2007, p. h. 296). Harapan lulusan SLTA dalam memilih suatu perguruan tinggi pun memprioritaskan pada kepuasannya. Tidak hanya berhenti sampai sini saja, kedua hal tersebut tentu akan membentuk minat daripada memilih perguruan tinggi keagamaan salah satunya yakni IAIN Samarinda. Minat itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain faktor dorongan yang berasal dari dalam diri sendiri (intrinsic) dan factor yang berasal dari luar diri individu (ekstrinsik)

Adapun penelitian relevan yang menjadi acuan yakni dari penelitian Dani Panca Setiasih ” *Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku dosen Terhadap Perbankan Syariah (Study Kasus Pada Dosen Fakultas Syariah Iain Walisongo Semarang)*”(Setiasih, 2011). Dalam hal ini Dani Panca Setiasih berupaya mengungkap analisis persepsi, preferensi, sikap dan juga perilaku dosen terhadap perbankan syariah. Disamping itu, penelitian serupa juga dilakukan oleh Langgeng Murdopo dalam judul penelitian *Analisis Preferensi Siswa Dalam Memilih Sekolah Madrasah Aliyah di Pulang Pisau* (Murdopo, 2013).

Penelitian pertama dan kedua merupakan penelitian yang sama-sama meneliti tentang persepsi, dan preferensi. Penelitian pertama menganalisis persepsi, preferensi, sikap dan juga perilaku dosen terhadap perbankan syari’ah. Sedangkan penelitian kedua membahas tentang analisis preferensi siswa dalam memilih sekolah Madrasah Aliyah dimana penelitian ini erat kaitannya dengan penelitian yang penulis akan lakukan, mengingat kesamaan tujuan menganalisa preferensi dalam memilih sekolah/perguruan tinggi.

Oleh karena, berdasarkan keterkaitan atau hubungan satu sama lain itulah yang membuat peneliti tertarik untuk membahas serta menganalisis daripada Hubungan Persepsi Dan Preferensi Lulusan SLTA (Sekolah Lanjutan Tingkat Atas) Terhadap Minat Memilih Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri Di Samarinda. Adapun Tujuan penelitian ini

adalah: Untuk mengetahui Bagaimana Presepsi dan Preferensi Lulusan SLTA dalam memilih Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri di Samarinda.

2. Tinjauan Pustaka

A. Persepsi : Persepsi adalah proses interpretasi seseorang atas lingkungannya.¹ Seseorang mengelompokkan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi persepsi adalah penyatuan (*integration*) yang berarti bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh

a) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

- a. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor-faktor personal, yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli itu.
- b. Faktor- faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada system syaraf individu. Maksudnya di sini yaitu dalam memahami suatu peristiwa seseorang tidak dapat meneliti fakta-fakta yang terpisah tetapi harus mamandangnya dalam hubungan keseluruhan, melihatnya dalam konteksnya, dalam lingkungannya dan masalah yang dihadapinya.²

Sedangkan menurut Nugroho J. Setiadi yang dikutip dari Vinna Sri Yuniarti, mengatakan bahwa ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi persepsi, yaitu :

- a. Sikap. Yaitu mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.
- b. Motivasi. Yaitu hal yang mendoornng sesorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.
- c. Minat, yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
- a. Pengalaman masa lalu. Yaitu dapat mempengaruhi persepsi sesorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah dilihat dan didengar.
- b. Harapan. Yaitu mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan atau tawaran yang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
- c. Sasaran. Yaitu mempengaruhi penglihatan yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi

¹Robert Kreitner dan Angelo Kinicki, *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*, (Jakarta : Salemba Empat, 2005). h. 208

² Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1996), h.58

- d. Situasi atau keadaan sekitar kita atau sasaran yang turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.³

B. Preferensi : adalah hak (untuk) didahulukan dan diutamakan, diprioritaskan, pilihan kecenderungan atau kesukaan dalam menggunakan atau memanfaatkan suatu barang atau jasa.⁴ Dalam penelitian ini lebih menekankan pada pembahasan preferensi konsumen yaitu Lulusan SLTA terhadap Perguruan Tinggi Islam dalam hal ini IAIN Samarinda.

a) Tahapan Preferensi

Ada beberapa tahap dalam preferensi. Tahap ini dapat dilihat pada saat kapan tahap preferensi tersebut hadir pada konsumen, yaitu :

- a. Awareness/kesadaran, tahap ini adalah tahap dimana konsumen menyadari adanya suatu produk baik itu berupa barang atau jasa.
- b. Knowledge/pengetahuan : di dalam tahap ini konsumen sudah mengenal produk dan mengerti tentang produk yang berupa barang atau jasa tersebut.
- c. Liking/menyukai : tahap ini adalah tahap dimana konsumen mulai menyukai produk tersebut yang berupa barang atau jasa yang ditawarkan.
- d. Preference/memilih : tahap ini adalah tahap dimana konsumen mulai lebih memilih produk tersebut dibandingkan produk-produk lainnya.
- e. Conviction/intention to buy/keinginan untuk membeli : tahap ini konsumen mempunyai keinginan dan memutuskan untuk membeli produk.
- f. Purchase/membeli : pada tahap ini adalah tahap dimana konsumen dapat dikatakan sebagai konsumen yang loyal terhadap sebuah produk, sehingga konsumen tersebut tidak ragu lagi untuk membeli produk tersebut tanpa adanya pertimbangan yang banyak.⁵

Tahap preferensi yang dimiliki oleh konsumen terhadap sebuah produk, adalah awal dari tahap loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Sehingga perusahaan harus mempelajari bagaimana cara menimbulkan rasa preferensi tersebut di dalam diri.

Tahap preferensi tersebut dapat perilaku konsumen tersebut, dengan mempengaruhi dan memanipulasi dari konsumen yang mereka lalui. pengusaha untuk mengenali kebutuhan konsumen agar diperoleh produk dengan orientasi pasar, didasarkan pada tingkat preferensi konsumen bagi tiap-tiap atribut produk. Preferensi juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi segmen preferensi⁶

³ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen (Teori dan Praktik)* (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2015), h. 113

⁴ Meidar FM, *Kamus Lengkap Exclusive Inggris-Indonesia*, (Jakarta : Eska Media, 1997) h.133

⁵ Kotler, Philip & Keller, L. Kevin, *Manajemen Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1 dan 2*. (Jakarta: Pearson Education, Inc, 2007) h. 210

⁶ Kotler, Philip & Keller, L. Kevin, *Manajemen Pemasaran,...* (2007), h. 210

- C. Minat : kecenderungan yang akan menetap dalam subjek merasa tertarik pada bidang/hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu⁷

Minat sebenarnya mengandung unsur-unsur seperti kognisi (mengenal), emosi (perasaan) dan konasi (kehendak).⁸ Ketiga unsure tersebut merupakan tahapan terjadinya suatu perbuatan atau tingkah laku. Unsure kognisi berarti minat itu didahului oleh adanya pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju. Minat tidak muncul dengan sendirinya akan tetapi didahului dengan mengamati atau mengenal obyek yang dituju, berarti emosi atau perasaan tertentu (biasanya perasaan senang).unsur konasi merupakan lanjutan dari kedua unsure tersebut yaitu yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat dalam memilih perguruan tinggi.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yakni berusaha memberikan gambaran objek sejas-jelasnya dengan keadaanya yang didukung dengan penjabaran angka-angka atau menggunakan statistik. Lokasi penelitian dilakukan di salah satu kampus Perguruan Tinggi yaitu IAIN Samarinda. Adapun populasi daripada penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Samarinda angkatan tahun 2015 (yang sudah melakukan proses herregistrasi) yang berjumlah sebanyak 835 orang. Untuk sampel yang digunakan sebanyak 249 orang dengan penentuan sampel berdasarkan taraf kesalahan 5%. Variabel dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu Persepsi sebagai variable X1 dan Preferensi sebagai variable X2 serta minat sebagai variable Y.

Dalam penggalan dan pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode field work research (penelitian lapangan) dengan menggunakan teknik penelitian sebagai berikut:

1. Angket

Penulis melakukan penelitian dengan membuat sejumlah pertanyaan tertulis yang kemudian akan disebarkan kepada sampel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini kuesioner penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Setiap butir kuesioner yang penulis ajukan memiliki lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert.

2. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan data atau dokumen yang terdapat di Kampus IAIN Samarinda seperti jumlah pendaftar, jumlah mahasiswa yang lulus tes, jumlah kuota yang telah ditentukan, dan permasalahan lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilihat dari objeknya, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka semua data yang diperoleh dari hasil angket akan dianalisis, menarik kesimpulan bahkan mengambil keputusan dengan tepat sesuai data atau fakta praktis yang berhubungan dengan

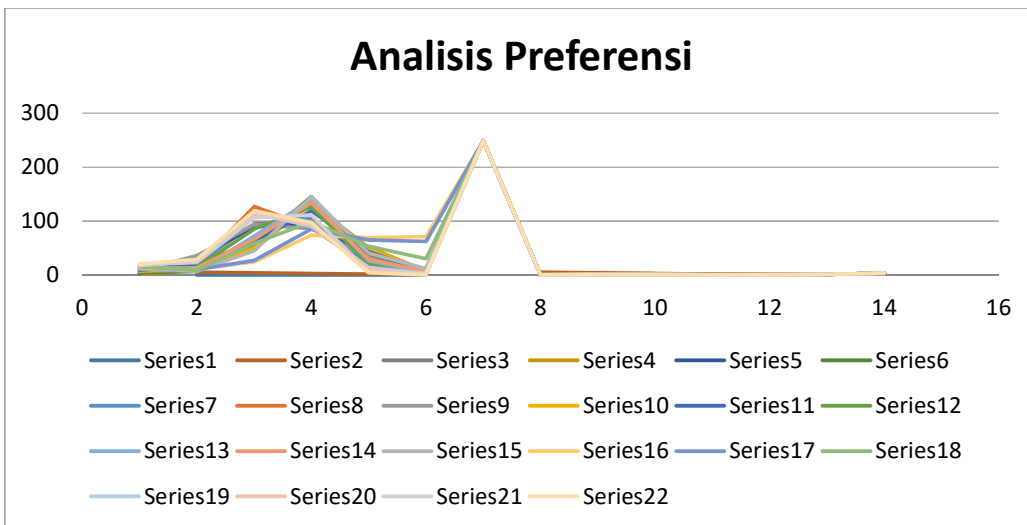
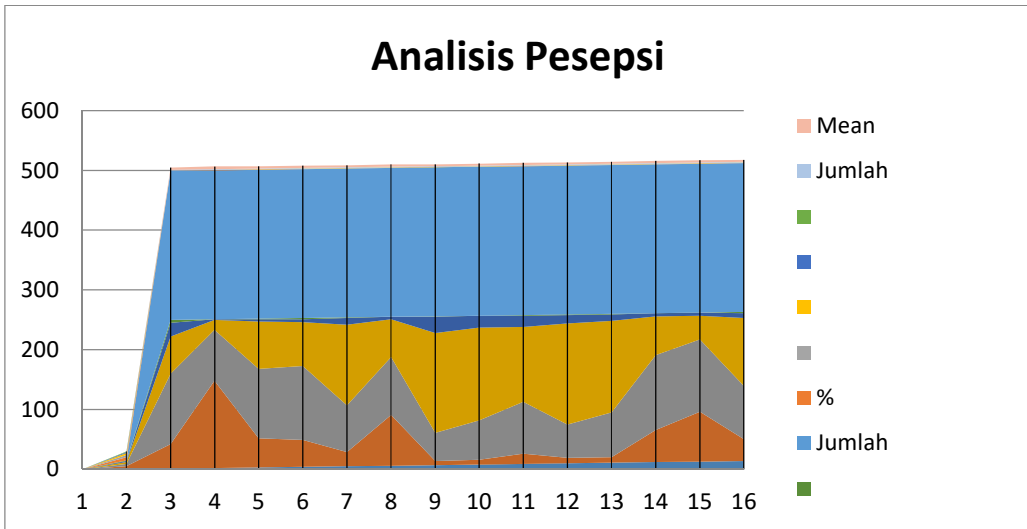
⁷ W.S Winkel S, J., *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*, Jakarta : Gramedia, 1983, h. 30

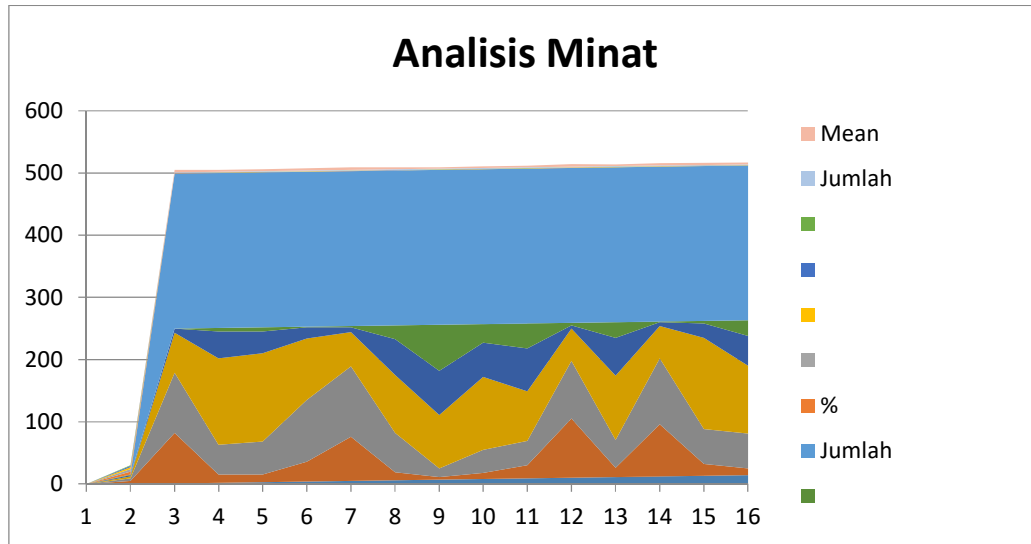
⁸ Abdurrahman Abror, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1993) Cet. Ke-4, h. 114

angka. Teknik analisis data digunakan untuk mengolah data dengan menggunakan metode *scoring* agar memperoleh sebuah asumsi.

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil angket yang dikemukakan melalui tabel frekwensi, maka diperoleh hasil gambaran mengenai hubungan persepsi, preferensi lulusan SLTA terhadap minat memilih PTKIN di Samarinda, dan untuk mengetahui hasil angket tersebut penulis komulasikan sebagai berikut





5. Conclusion

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil dari perhitungan dengan menggunakan rumus korelasi parsial, didapatkan bahwa nilai dari korelasi antara Variabel X1 dan Y (Persepsi dan Minat) adalah 0.35. Hubungan ini secara kualitatif dapat dinyatakan kurang berpengaruh karena 0,35 terletak pada skala interpretasi koefisien korelasi yaitu 0,200 – 0,399 yang dikategorikan kurang berpengaruh.
2. Dari hasil yang telah dihitung dengan menggunakan rumus korelasi parsial, didapatkan bahwa nilai dari korelasi antara Variabel X1 dan Y (Preferensi dan Minat) adalah 0.59. Hubungan ini secara kualitatif dapat dinyatakan cukup berpengaruh karena 0.59 terletak pada skala interpretasi koefisien korelasi yaitu 0,400 – 0,599 yang dikategorikan cukup berpengaruh.
3. Hipotesis alternatif (H_a) "hubungan antara bahwa terdapat hubungan antara persepsi lulusan SLTA terhadap minat memilih Perguruan Tinggi Keagamaan Islam di Samarinda" diterima sebab nilai hitung koefisien korelasi parsial lebih besar dari nilai r tabel yaitu $0,35 > 0,25$, maka hipotesis diterima.
4. Hipotesis alternatif (H_a) "hubungan antara bahwa terdapat hubungan antara preferensi lulusan SLTA terhadap minat memilih Perguruan Tinggi Keagamaan Islam di Samarinda" diterima sebab nilai hitung koefisien korelasi parsial lebih besar dari nilai r tabel yaitu $0,59 > 0,25$, maka hipotesis diterima.

References

- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kreither, R., & Angelo, K. (2005). *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Murdopo, L. (2013). Analisis Preferensi Siswa Dalam Memilih Sekolah Madrasah Aliyah Di Pulang Pisau. *Jurnal Sain Manajemen Islam*, 1(1).
- Noventi Ersya Putri dan Dadang Iskandar, (2014)., *Analissi Konsumsi dalam Penggunaan Social Messenger di Kota Bandung Tahun 2014*, Jurnal Manajemen Indonesia, Vol. 14 No. 2
- Nugroho J. Setiadi, (2003), *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untu Strategi dan Penelitian Pemasaran)* Jakarta : Kencana
- Philip, K., & L. Kevin, K. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 1 dan 2,). Jakarta: Pearson Education, Inc.,
- Robert H, F. (2011). *Microeconomics and Behavior*. Mc.Graw: Hill International Edition.
- Sardiman. (2011). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untu Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Jakarta: Kencana.
- Setiasih, D. P. (2011). *Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap Dan Perilakudosen Terhadap Perbankan Syariah (Study Kasus Pada Dosen Fakultas Syariah Iain Walisongo Semarang), Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang*. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Thoha, M. (2012). *Perilaku Oraganisasi (Konsep Dasar dan Aplikasinya)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Undang-undang dan Peraturan Pemerintah RI, No. 20 Tahun 2013 Tentang Pendidikan*. (n.d.).
- Vinna Sri Yuniarti (2015), *Perilaku Konsumen (Teori dan Praktik)*, Bandung : CV. Pustaka Setia