

MAHASISWA SEBAGAI KO-PRODUSER JASA PENDIDIKAN TINGGI

Studi Pada FMIPA Perguruan Tinggi BHMN di Jawa Barat (Bagian I)

Oleh : Meta Arief¹

ABSTRAK

Kebijakan pemerintah merestrukturisasi sistem pengelolaan Perguruan Tinggi Negeri dengan cara memberikan otonomi yang lebih luas melalui status Badan Hukum Milik Negara (BHMN) selain didasari oleh masalah keterbatasan pemerintah mendanai biaya pendidikan tinggi secara memadai, juga bertujuan untuk mendorong Perguruan Tinggi Negeri agar dapat lebih leluasa merancang strategi guna pengembangan lembaga dan membangun kemampuan bersaing di era globalisasi.

Pengalaman yang panjang dalam mengelola pendidikan, kampus yang luas dengan kemegahan bangunan lama maupun barunya yang terletak di lokasi strategis, fasilitas penunjang belajar yang lengkap, kualifikasi dosen berpendidikan mayoritas S2 dan S3, serta sejumlah profesor sebagai guru besar membuat sumber daya PTBHMN amat memadai dibandingkan Perguruan Tinggi Negeri maupun Perguruan Tinggi Swasta yang ada di Indonesia. Kesemua keunggulan sumber daya PTBHMN tersebut menjadi daya tarik yang teramat besar bagi calon mahasiswa, setelah menjadi mahasiswa, maupun saat menjadi alumni. Oleh karena itu penerimaan mahasiswa baru melalui jalur khusus yang sampai saat ini masih menjadi polemik pun karena mahalannya, peminatnya tidak berkurang.

Kata Kunci : PTBHMN, Citra, Kredibilitas, Kepercayaan

I. Pendahuluan

Salah satu dampak globalisasi menurut Kenichi Ohmae (2005) adalah *borderless world* yaitu suatu kondisi dimana tiada lagi batas antar negara dan wilayah, dimana tatanan dunia menjadi terbuka lebar dan transparan sehingga menyebabkan kompetisi terjadi di segala bidang dan tanpa hambatan termasuk diantaranya adalah persaingan jasa pendidikan. Dengan demikian bidang jasa pendidikan menjadi sektor bisnis yang memiliki prospek cerah di masa mendatang, bahkan di Australia sektor jasa pendidikan telah menjadi sumber devisa nomor tiga bagi negara tersebut (Rudy Radjab dalam seminar bisnis, Februari 2006). Oleh sebab

itu para pemilik modal pelaku bisnis di Indonesia pun menangkap peluang tersebut sehingga mereka yang notabene relatif terbiasa berpikir dan bekerja efisien dalam budaya korporat dan senantiasa mempertimbangkan tuntutan pasar tergugah turut serta berkiprah mendirikan lembaga pendidikan tinggi yang menawarkan pelayanan prima dengan sarana dan fasilitas lengkap.

Data tahun 2006 menunjukkan jumlah perguruan tinggi di seluruh Indonesia telah mencapai lebih dari 3100. Suatu jumlah yang mengakibatkan ketatnya persaingan penyelenggaraan jasa pendidikan tinggi, dan sekaligus menunjukkan ketatnya persaingan pasar kerja bagi lulusan perguruan tinggi.

¹ Dosen Program Studi Pendidikan Akuntansi FPEB UPI

Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia

PTN dan PTS	Thn 1999	Thn 2004	Thn 2006
PTN			
1. Universitas	31	46	48
2. Institut	14	6	5
3. Sekolah Tinggi	4	4	3
4. Akademi	2	0	0
5. Politeknik	26	25	26
Jumlah	77	81	82
PTS			
1. Universitas	282	350	2643
2. Institut	43	44	201
3. Sekolah Tinggi	716	1.076	21
4. Akademi	494	773	0
5. Politeknik	22	104	239
Jumlah	1.557	2.347	3104

(Sumber : Dodi dkk; 2006, dan Eddy; 2007)

Perubahan status Universitas Indonesia (UI), Universitas Gajah Mada (UGM), Institut Pertanian Bogor (IPB), Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Sumatera Utara (USU) dan Universitas Pendidikan Bandung (UPI) dari Perguruan Tinggi Negeri menjadi Perguruan Tinggi Badan Hukum Milik Negara (PTBHMN) juga menjadi fenomena yang menarik untuk diamati. Kebijakan pemerintah merestrukturisasi sistem pengelolaan Perguruan Tinggi Negeri dengan cara memberikan otonomi yang lebih luas melalui status Badan Hukum Milik Negara (BHMN), bertujuan mendorong Perguruan Tinggi Negeri agar dapat lebih leluasa merancang strategi pengembangan lembaga dalam rangka membangun kemampuan bersaing di era globalisasi guna menyikapi tantangan *world class university*. Melalui Peraturan Pemerintah No. 152, 153, 154, dan 155 Tahun 2000, dan No. 6 Tahun 2004, Universitas Indonesia (UI), Universitas Gajah Mada (UGM), Institut Pertanian Bogor (IPB), Institut Teknologi Bandung (ITB) Universitas Sumatera Utara (USU) dan Universitas Pendidikan Bandung (UPI) ditetapkan berstatus BHMN.

Dinamika perubahan status yang merimbas kepada perubahan pola pengelolaan hendaknya justru mengarah kepada hal positif

pada semua aspek di PTBHMN. Tingginya biaya pendidikan di PTBHMN harus diikuti oleh meningkatnya kualitas pengajaran dan pembelajaran pada seluruh civitas akademika. Dengan kata lain lembaga perlu fokus mengadopsi budaya korporat dalam hal efisiensi dan memahami kebutuhan mahasiswa sebagai pelanggan serta mengarahkan segenap civitas akademika agar berperilaku sesuai standar acuan maupun norma yang telah ditetapkan (Rhenald, 2005), walaupun Matthew Ginn (UAB Magazine, 2002) menyatakan bahwa dinamika tersebut seyogyanya tetap dalam keseimbangan antara misi akademik perguruan tinggi dan perilaku korporat.

Perguruan tinggi BHMN sebagai perguruan tinggi tertua dan terbaik di bidangnya masing-masing namanya menumbuhkan citra positif yang kuat dan masih tetap bertahan hingga kini. Citra atau image menurut Kotler dan Keller (2009:299) adalah seperangkat keyakinan, gagasan, dan kesan yang dimiliki seseorang berkaitan dengan suatu objek tertentu. Adapun Zeithaml & Bitner (2006:14) mengatakan bahwa “ *organizational image as perception of an organization reflected in association held in consumer memory*”. Hubungan citra dan reputasi menurut Park et al (2000) menunjukkan

adanya : 1) *high quality products and services*, 2) *years of recognition equity invested in a familiar logo*, 3) *a well-known CEO*, 4) *sponsorship of a high-profile event*, and 5) *memorable advertising*. Pendapat sejalan dikemukakan Le Blanc dan Nha, (2002;46) tentang lima faktor yang meliputi gaya kepemimpinan dan manajemen yang diterapkan perusahaan, nama baik perusahaan, jaminan atas pelayanan yang dapat diandalkan, serta budaya organisasi yang berfokus kepada kebutuhan pelanggan.

Citra positif tersebut menyebabkan jumlah pendaftar sebagai mahasiswa baru perguruan tinggi BHMN dari tahun ke tahun tetap stabil walaupun biaya pendidikannya dikritisi telah semakin mahal. Namun setelah bersusah payah berjuang mendapatkan kursi menjadi mahasiswa Perguruan Tinggi BHMN bukan berarti akan diikuti oleh sikap, mentalitas, dan budaya belajar yang positif dari mahasiswanya, karena hakekatnya banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan proses belajar dan pembelajaran. Dengan memilih mahasiswa FMIPA di Perguruan Tinggi Negeri berstatus BHMN yang berlokasi di Jawa Barat (ITB, UPI, dan IPB) diharapkan homogenitas objek penelitian representative sebagai hasil penelitian. Kajian tentang hasil penelitian akan disajikan dalam dua bagian, dimana profil lembaga maupun profil mahasiswa Perguruan Tinggi BHMN di Jawa Barat yang akan terlebih dulu ditampilkan.

1.1 Pembatasan dan Rumusan Masalah

Agar kajian dapat lebih terarah maka masalah dibatasi dan dirumuskan sebagaimana dijelaskan di bawah ini :

1. Bagaimana deskripsi profil Fakultas MIPA di PTBHMN Jawa Barat
2. Bagaimana deskripsi profil mahasiswa FMIPA di PTBHMN Jawa Barat
3. Bagaimana mahasiswa PTBHMN mendeskripsikan citra lembaganya

1.2 Maksud dan Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data, informasi, dan fakta yang

dibutuhkan dalam menjelaskan keberadaan dan kondisi Fakultas MIPA di Perguruan Tinggi Negeri berstatus BHMN yang berlokasi di Jawa Barat. Adapun tujuannya agar memperoleh data rasional berdasarkan empiris yang diharapkan dapat bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman terhadap situasi lembaga Perguruan Tinggi Negeri.

1.3 Kegunaan Penelitian

1. Melalui penelitian ini secara akademis diharapkan dapat menambah wawasan ilmiah sekaligus daya kritis dan daya nalar dalam meningkatkan kemampuan memahami teori-teori sekaligus realitas yang terjadi di masyarakat. Selain itu diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi para peneliti selanjutnya yang berminat dengan masalah serupa.
2. Secara praktis informasi yang diperoleh melalui hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat implementatif bagi pihak-pihak yang terlibat dan bertanggung jawab atas kualitas jasa pendidikan tinggi demi upaya perbaikan dan penyempurnaan di masa datang.

II. Kajian Teoritis

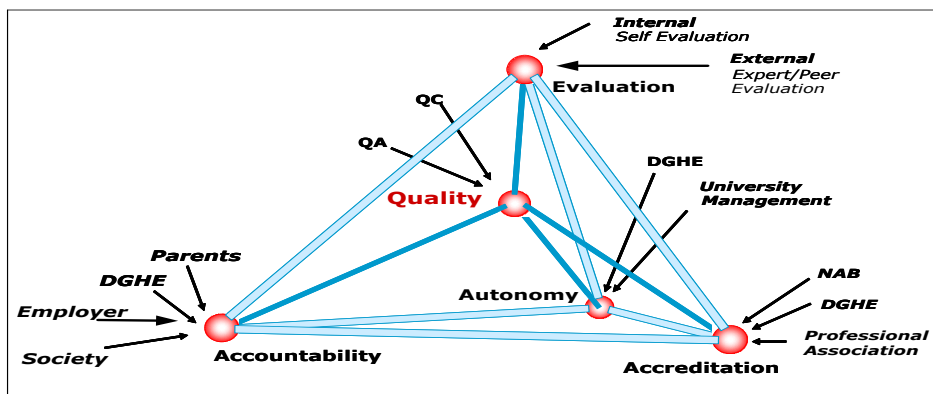
2.1 Perguruan Tinggi Badan Hukum Milik Negara (PTBHMN)

Globalisasi dan keterbatasan negara dalam menyediakan anggaran pendidikan menyebabkan sebagian Perguruan Tinggi Negeri didorong kemandiriannya melalui pemberian status Badan Hukum Milik Negara (PTBHMN) dengan harapan agar dengan otonomi yang lebih luas menjadikan PTBHMN lebih mudah menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi pada lingkungan yang sangat cepat dalam struktur ekonomi dunia yang makin menyatu melalui pencapaian kualitas total (Sufyarma, 2004).

Menurut Bambang Soehendro (1996) dengan otonomi yang dimilikinya maka Perguruan Tinggi Negeri memiliki kebebasan dalam : ¹⁾ memilih staf akademik yang sesuai dengan tujuan, ²⁾ memilih dan menetapkan

jumlah mahasiswanya, ³⁾ menetapkan standar akademik serta kurikulum bagi program studi yang diselenggarakannya, ⁴⁾ menetapkan program penelitian yang dilakukan civitas akademika dalam batas tertentu, ⁵⁾ pemanfaatan sumberdaya secara mandiri dalam penyelenggaraan fungsionalnya. Selain itu paradigma baru perguruan tinggi BHMN memposisikannya berpijak pada dua sisi, yaitu sebagai lembaga pemerintah yang bertugas

melayani kepentingan publik, dan sebagai unit usaha ekonomi yang dituntut untuk mampu bersaing dengan lembaga swasta dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya dan menghasilkan produk yang berkualitas. Dengan demikian maka dengan status BHMN Perguruan Tinggi Negeri terpilih dituntut dapat meningkatkan kualitas dalam koridor akuntabilitas, evaluasi dan akreditasi.



Paradigma Baru Pengelolaan Pendidikan Tinggi
(Sumber : Dewan Pendidikan Tinggi, DIKTI DEPDIKNAS)

Akuntabilitas atau pertanggungjawaban menyangkut bagaimana sumberdaya yang diterima oleh perguruan tinggi dimanfaatkan dalam upaya dan kegiatan untuk mencapai tujuannya. Pertanggungjawaban disini menyangkut kehematan, kesesuaian dengan norma dan peraturan yang berlaku umum serta keterbukaan terhadap penilikan dan pemantauan oleh pihak yang berkepentingan mengenai penyelenggaraan Tridarma Perguruan Tinggi. Evaluasi diri dapat dinyatakan sebagai upaya yang sistematis untuk menghimpun, menyusun dan mengolah data serta informasi yang handal dan sah, yang dapat digunakan sebagai landasan tindakan manajemen untuk mengelola kelangsungan lembaga maupun program. Kemampuan melakukan evaluasi harus dikembangkan pada setiap unit dan individu sivitas akademika menyangkut segi kuantitatif dan kualitatif. Kuantitatif merupakan evaluasi

yang jelas nyata dan obyektif, karena melalui pengamatan dan perhitungan yang dinyatakan dalam nilai atau numerik. Sebaliknya kualitas merupakan evaluasi yang dipengaruhi oleh faktor subyektif, karena pernyataan kualitas selalu mengacu kepada pengalaman, harapan, kegunaan, keperluan, cipta rasa serta faktor sikap yang lain. Terakhir, masyarakat berhak mengetahui kualitas kinerja penyelenggara perguruan tinggi BHMN. Untuk itu maka Badan Akreditasi Nasional (BAN) melakukan evaluasi/akreditasi sebagai informasi kepada masyarakat mengenai kualitas kinerja suatu perguruan tinggi tertentu, yang kemudian juga akan dijadikan dasar bagi pemerintah dalam pembinaan peningkatan kualitas yang berkelanjutan.

3.2 Budaya Organisasi.

Konsekuensi logis dari otonomi yang dimiliki PTBHMN menyebabkan lembaga

pendidikan tinggi yang bersangkutan dituntut untuk tanggap, fleksibel serta fokus dalam mengembangkan dan menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi melalui budaya organisasi yang mendorong terbentuknya kemampuan merubah diri, mengembangkan diri, mengembangkan sumber dana, serta menciptakan dan mengembangkan budaya entrepreneurial secara terpadu melalui optimalisasi sumberdaya (*resources*), pengembangan kompetensi yang berbeda (*distinctive competencies*) dan peningkatan kapabilitas (*capabilities*) (Dody, 2006).

Hakekatnya pola manajemen Perguruan Tinggi Negeri berstatus BHMN mendekati model pengelolaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), namun batasan sebagaimana yang tercantum pada Undang- Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) yang menyatakan bahwa Perguruan Tinggi BHMN merupakan lembaga hukum pendidikan yang bersifat nirlaba, dan pendanaan pendidikannya menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah (pusat), lembaga, dan masyarakat.

Sistem internal organisasi, lingkungan fisik, dan hubungan personal merupakan aspek yang mempengaruhi kualitas pada jasa pendidikan tinggi, oleh karena itu menyikapi tuntutan perubahan status maka diperlukan perubahan budaya organisasi agar perilaku kerja dari individu-individu di dalam internal organisasi dapat mendukung kinerja organisasi secara maksimal. Untuk itu maka penerapan budaya korporat yang memberikan pengakuan, penghargaan, penerimaan dengan menciptakan standar, norma-norma yang dijadikan acuan dalam berperilaku dan berprestas mutlak ditanamkan pada pihak intern PTBHMN.

Budaya organisasi adalah suatu kepercayaan dan nilai-nilai yang dipegang teguh oleh anggota organisasi dan dijadikan falsafah dalam menjalankan dan mengoperasikan kegiatan organisasi sehingga menjadi sistem nilai yang membedakan organisasi yang satu dengan organisasi yang lain disebut dengan budaya organisasi (Robbins; 1998:595).

Budaya organisasi dibentuk oleh semua orang yang terlibat dalam organisasi; pemilik, pimpinan maupun karyawan, yang mengacu kepada etika organisasi, peraturan kerja maupun struktur organisasi. Pada organisasi perguruan tinggi maka yang terlibat adalah rektor, dosen, karyawan administrasi dan mahasiswa. Pendapat serupa dikemukakan oleh Kreitner dan Kinichi (2003: 68–75) yang mengatakan bahwa budaya organisasi merupakan nilai dan keyakinan bersama yang mendasari identitas organisasi yang berfungsi sebagai pemberi rasa identitas kepada anggota, mempromosikan komitmen kolektif, meningkatkan stabilitas sistem sosial serta mengendalikan perilaku para anggota. Rhenald (2006:274) menyatakan bahwa sebagian besar budaya organisasi tercipta tanpa disadari berdasarkan nilai-nilai dominan yang dimiliki oleh para pendiri atau pimpinan puncak organisasi. Oleh karena itu hubungan sosiologi antara pihak-pihak internal penting dalam membangun budaya organisasi yang positif.

2.3 Teori Perilaku Pelanggan

Pelanggan adalah hal penting yang diperlukan oleh suatu perusahaan atau organisasi demi kelangsungan dan perkembangan usahanya. Sebagaimana dikatakan Peter Drucker yang dikutip Kotler (2000:34) bahwa tugas utama perusahaan bukan sekedar menghasilkan barang atau jasa tugas namun menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Hal ini disebabkan karena adanya persaingan antar penghasil produk atau penyedia jasa sehingga pemahaman atas perilaku pelanggan mutlak diperlukan guna memenangkan persaingan.

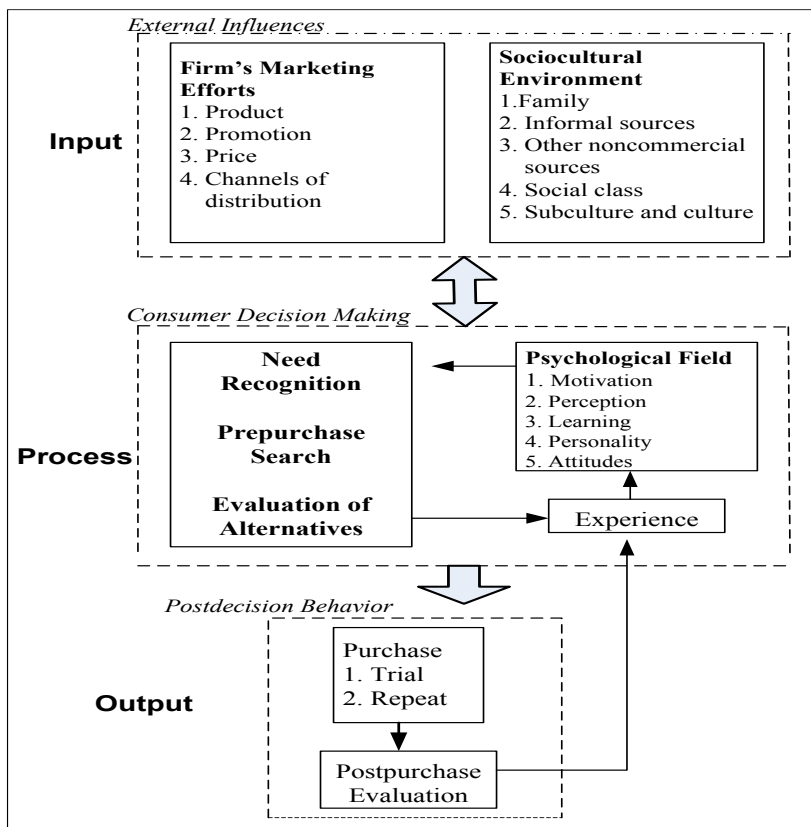
Perilaku pelanggan menurut American Marketing Association adalah : *interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka* (Peter dan Olson, 2000:6). Peter menjelaskan bahwa untuk memahami pelanggan dan mengembangkan strategi pemasaran yang

tepat adalah dengan cara memahami dan menginteraksikan apa yang pelanggan pikirkan (kognisi), rasakan (afeksi), lakukan (perilaku) dan ada apa serta dimana (kejadian di sekitar/lingkungannya). Kognisi adalah suatu keadaan yang mengacu kepada proses mental dan struktur pengetahuan yang dilibatkan dalam tanggapan seseorang terhadap lingkungannya, sedangkan keterlibatan afeksi lebih mengacu kepada tanggapan perasaan. Kedua hal tersebut saling berhubungan dalam menghadapi lingkungannya sehingga akhirnya melahirkan suatu tindakan seseorang.

Pengamatan dan pemahaman terhadap perilaku pelanggan diawali dari proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan. Pada jasa pendidikan membeli merupakan keputusan memilih lembaga pendidikan mana yang

akan dimasukinya. Berkaitan dengan upaya pemahaman terhadap pelanggan, pengetahuan dan pemahaman atas proses pengambilan keputusan pelanggan dalam memilih dan menentukan pilihannya merupakan suatu proses yang sangat kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai macam factor. Schiffman dan Kanuk (2007: 15) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan pelanggan secara sederhana terjadi melalui tiga komponen utama, yaitu :

- a. Input : merupakan pengaruh eksternal berupa informasi mengenai suatu produk/jasa terhadap nilai, sikap dan perilaku pelanggan. Sebagai contoh adalah aktivitas bauran pemasaran yang mengkomunikasikan suatu produk/jasa serta pengaruh sosio-budaya terhadap keputusan pembelian.



Model Sederhana Perilaku Pembelian Konsumen

(Sumber : Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk, Consumer Behavior, 2007 : 16)

- b. Proses : tahapan dimana pelanggan membuat keputusan yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Tahap awal pengenalan kebutuhan dimulai dari ketegangan dari dalam diri akibat timbulnya kebutuhan yang bersifat biogenic atau kebutuhan yang terpendam sehingga akhirnya muncul ke permukaan karena adanya rangsangan dari luar akibat masuknya informasi. Atau ketegangan akibat ketidakpuasan terhadap suatu produk/jasa yang biasa digunakan. Tahap selanjutnya adalah tahap pencarian sebelum pembelian dimana pelanggan memerlukan informasi untuk digunakan sebagai pertimbangan dalam mengevaluasi alternatif.
- c. Output : Output dari proses pembelian adalah tindakan membeli dan evaluasi setelah pembelian. Perilaku membeli ini terdiri dari dua kemungkinan, yaitu trial atau percobaan untuk pelanggan pemula dan bila pada pembelian pertama kepuasan tercapai maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang (*repeat*). Setelah melakukan pembelian maka pelanggan akan mengevaluasi kembali tindakan membeli yang pernah dilakukannya dan menjadikannya sebagai pengalaman yang akan membentuk motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian dan sikapnya saat kebutuhan pelanggan terhadap hal yang sama kembali muncul.

Adapun Zeithmal (2006:52) menyatakan bahwa perilaku pelanggan dalam pengambilan keputusan pembelian diawali dari persepsi pelanggan dalam menilai kualitas suatu produk atau jasa melalui : 1) *search qualities* : yaitu dengan cara memperbandingkan atribut produk dari produsen yang berbeda, 2) *experience qualities* : kualitas yang baru dapat dinilai setelah produk/jasa dikonsumsi, dan 3) *credence qualities* : yaitu penilaian pelanggan yang telah mengkonsumsi suatu produk/jasa terhadap komponen produk yang sulit dinilai sehingga memerlukan bantuan ahli tertentu dalam memberikan penilaian. Selanjutnya

Kotler (2000:161-163) berpendapat bahwa perilaku pelanggan tidak berdiri sendiri namun terbentuk disebabkan oleh karena beberapa faktor yang mempengaruhinya, yaitu :

- Budaya yang menumbuhkan nilai-nilai inti yang mendefinisikan bagaimana masyarakat bertindak berdasarkan kultur/sub kultur yang dilanjutnya dari satu generasi ke generasi lainnya. Budaya melengkapi seseorang dengan rasa identitas dan pengertian akan perilaku yang dapat diterima oleh masyarakat sekitarnya.
- Faktor Sosial sebagai lingkungan interaksi terdekat yang mempengaruhi perilaku pelanggan seperti ; keluarga, kaum, teman, dan status sosial
- Faktor Pribadi meliputi sifat, usia, pendidikan, pekerjaan, dan sumber daya ekonomi.
- Faktor Psikologis mencakup motivasi dan persepsi.

Menyimak demikian banyaknya factor yang mempengaruhi ternyata perilaku pengambilan keputusan yang dilakukan pelanggan juga dapat dibedakan atas tipe produk atau jasa yang ditawarkan, karena makin kompleks dan mahal produk barang/jasa sebagai alat pemuas kebutuhan maka makin banyak hal yang dipertimbangkan oleh pelanggan. Kotler (2000:177) mengategorikan empat tipe perilaku pembelian sbb :

- Perilaku pembelian yang kompleks
Terjadi sehubungan adanya perbedaan yang nyata diantara merk/penyedia jasa. Pelanggan terlibat secara mendalam dalam mempertimbangkan pilihan karena barang/jasa jarang dibeli, harga yang mahal, dan beresiko tinggi. Biasanya pelanggan tidak mengetahui banyak tentang penggolongan produk/jasa sehingga perlu belajar banyak.
- Perilaku Pembelian Yang Mengurangi Ketidakcocokan
Apabila antara barang/jasa pemuas kebutuhan yang tersedia secara prinsip tidak terdapat perbedaan yang nyata pada berbagai merek/penyedia jasa maka keterlibatan pelanggan tetap tinggi namun

secara cepat akan segera memutuskan pilihannya. Pilihan kemungkinan lebih kepada pertimbangan kenyamanan belanja atau harga.

- Perilaku Pembelian Yang Mencari Variasi

Keterlibatan pelanggan dianggap rendah bilamana terhadap merek/penyedia jasa yang berbeda nyata perilaku pelanggan menunjukkan pilihan yang bervariasi. Pilihan bervariasi tersebut dilakukan bukan disebabkan karena ketidakpuasan terhadap suatu merek/penyedia jasa namun condong kepada keinginan mencoba sesuatu yang baru.

- Perilaku Pembelian Yang Menjadi Kebiasaan

Merek/penyedia jasa yang tidak memiliki perbedaan nyata memungkinkan pelanggan berlaku pasif dengan tidak berminat lagi mencari merek/penyedia jasa lain sebagai pembanding. Pilihan yang sama atas merek/penyedia jasa tertentu bukan disebabkan karena rasa puas atau loyalitas namun lebih kepada faktor kebiasaan. Kepasifan melambangkan rendahnya keterlibatan pelanggan dalam perilaku pembelian.

Berdasarkan pengelompokan tipikal perilaku pembelian maka dapat disimpulkan bahwa pada jasa pendidikan tinggi perilaku pelanggan dalam memutuskan pilihannya terhadap lembaga perguruan tinggi mana maupun jurusan apa yang akan dipilih merupakan perilaku pembelian yang kompleks sehingga memerlukan keterlibatan yang tinggi, karena saat calon mahasiswa memilih Perguruan Tinggi Negeri berstatus BHMN maka landasannya adalah kepercayaan atas kualitas jasa pendidikan tinggi di PTBHMN tersebut. Temporal (2006:152) menyatakan bahwa kepercayaan dapat diberikan kepada produk, person, maupun kepada institusi, dimana kepercayaan terhadap person atau pihak internal terutama diarahkan kepada kredibilitas, konsistensi antara kata-kata dan perbuatan, serta kompetensi para pimpinan maupun para dosen. Adapun pada jasa

pendidikan tinggi kepercayaan mahasiswa didefinisikan sebagai tingkat keyakinan mahasiswa terhadap ketepatan langkah yang diambil lembaga dalam membantu mahasiswa mencapai tujuan pembelajaran dan karir (Ghosh, 2001:333).

Kepercayaan akan mempengaruhi perasaan mencakup emosi dan mood mahasiswa. *Moods are distinguished from emotions in that moods are transient feeling states that occur at specific times and in specific situations, whereas are more intense, stable, and pervasive* (Zeithaml, 2006:67). Mood akan memotivasi mahasiswa untuk mengembangkan kemampuannya (*ability*) dan berpartisipasi penuh sebagai mitra dalam proses belajar dan pembelajaran. Perasaan (*feeling*) adalah gema psikis yang biasanya selalu menyertai setiap pengalaman baik melalui pengamatan, ingatan, fantasi, kemauan, berpikir dan sebagainya. Perasaan kadangkala berwujud senang / tidak senang, simpati / antipati, suka / benci, atau gembira / sedih. Bagi individu rasa senang / suka akan mendorongnya untuk lebih mendekat ataupun terlibat, dan sebaliknya rasa tidak senang ataupun tidak puas akan membuat individu menjauh (Baharuddin, 2007:135).

III. Metode Penelitian

Mengingat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keunggulan bersaing Perguruan Tinggi BHMN maka metode yang digunakan adalah metode survei. Sugiyono (2004:7) menyatakan bahwa penelitian survei dapat dilakukan pada populasi besar maupun kecil, dimana data yang diteliti dapat merupakan data sampel yang diambil dari populasi secara proporsional dalam rangka menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Oleh sebab itu populasi penelitian ini adalah Perguruan Tinggi BHMN yang berlokasi di Jawa Barat, dengan sampel Fakultas MIPA. Sumber data diperoleh melalui wawancara, instrumen kuesioner terhadap 375 mahasiswa, dan kajian dokumen. Untuk kemudian dianalisis

secara deskriptif guna memperoleh gambaran secara jelas tentang suatu situasi atau keadaan tertentu, dilanjutkan dengan aplikasi program LISREL. Adapun rancangan penelitian ini merupakan rancangan non eksperimental dengan alasan variabel bebas tidak berada dibawah kendali langsung peneliti, sedangkan ditinjau dari cara pengumpulan data yang dilakukan hanya satu kali maka berdasarkan time horizonnya metode pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan *one-shot atau cross-sectional studies* (Sekaran, 2000 : 109).

III. Hasil Penelitian

4.1 Profil Lembaga FMIPA di PTBHMN

Bidang ilmu FMIPA yang diselenggarakan 3 (tiga) PTBHMN Jawa Barat dalam penelitian ini dibedakan ke dalam Departemen, Jurusan dan atau Program Studi. FMIPA ITB memiliki 4 Program Studi, IPB 8 Departemen, dan UPI memiliki 5 Jurusan dengan 10 Program Studi. Begitupun dengan jumlah mahasiswa yang diterima di setiap jurusan/departemen/program studi juga bervariasi dan tidak selalu sama setiap tahunnya.

FMIPA Institut Pertanian Bogor (IPB)

FMIPA IPB terdiri dari 8 Departemen yaitu : 1) Departemen Statistika, 2) Departemen

Matematika, 3) Departemen Kimia, 4) Departemen Biologi, dan 5) Departemen Ilmu Komputer. Ke 5 (lima) departemen tersebut dikenal sebagai departemen gemuk karena jumlah mahasiswa baru yang diterimanya rata-rata 80 orang per angkatan. Sedangkan 3 (tiga) departemen lainnya, yaitu : 6) Departemen Fisika, 7) Departemen Biokimia, serta 8) Departemen Geofisika dan Meteorologi merupakan departemen dengan jumlah mahasiswa yang lebih sedikit dengan rata-rata per angkatan sebanyak 60 orang, sehingga secara total setiap tahun FMIPA IPB menerima sekitar 550 orang mahasiswa baru.

Perkuliahan untuk FMIPA dilakukan di Kampus Darmaga, namun terbagi ke dalam 2 (dua) lokasi, dimana 1) Departemen Statistika, 2) Departemen Matematika 3) Departemen Ilmu Komputer, 4) Departemen Fisika, dan 5) Departemen Geofisika dan Meteorologi berada di dalam satu gedung di Jl. Meranti yang berkedudukan dekat dengan Rektorat. Sedangkan 1) Departemen Kimia, 2) Departemen Biologi, dan 3) Departemen Biokimia menempati gedung yang berbeda berjarak beberapa ratus meter di Jl. Aghatis. Sumber daya yang dimiliki FMIPA IPB sehubungan dengan kegiatan pengajaran adalah sebagai berikut :

FMIPA IPB Per Desember 2008

No.	Departemen	Sumber Daya						Perpustakaan	Nilai Akreditasi
		S1	S2	S3	GB	Jml	Krywn Adm		
1	Biokimia	1	5	8	4	18	9	Ada	B
2	Kimia	3	17	4	4	28	22	Ada	A
3	Fisika	4	15	4	0	23	9	Tidak Ada	A
4	Geofisika dan Meteorologi	5	8	8	3	24	5	Ada	B
5	Ilmu Komputer	13	6	1	0	20	5	Ada	B
6	Biologi	7	11	33	2	53	25	Ada	A
7	Matematika	2	14	13	0	29	5	Ada	A
8	Statistika	1	14	11	4	30	24	Ada	B
	TOTAL	36	90	82	17	225	104	7	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Dari tabel di atas tampak bahwa guna memfasilitasi belajar hampir semua departemen di FMIPA IPB memiliki perpustakaan sendiri selain perpustakaan pusat dan perpustakaan fakultas.

FPMIPA Universitas Pendidikan Indonesia (UPI)

Sebagaimana telah dijelaskan di awal, objek penelitian ini difokuskan kepada mahasiswa Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA). Khusus untuk FPMIPA UPI pemerintah Jepang (*JICA Foundation*) pada tahun 2000 memberikan hibah berupa pembangunan gedung dan perlengkapan laboratorium berstandar internasional. Di dalam gedung megah tersebutlah kegiatan FPMIPA UPI berlangsung melalui 5 (lima) Jurusan yang dimilikinya yang terdiri dari : 1) Jurusan Pendidikan Matematika, 2) Jurusan Pendidikan Fisika, 3) Jurusan Pendidikan Biologi, 4) Jurusan Pendidikan Kimia, dan 5) Jurusan Ilmu Komputer. Setiap jurusan menaungi Program

Studi Kependidikan dan Program Studi Non Kependidikan, sehingga Program Studi di FPMIPA UPI ada 10 dengan jumlah total mahasiswa barunya setiap tahun sekitar 750 orang.

Dalam hal penyebarannya umumnya jumlah mahasiswa baru Program Studi Kependidikan dua kali lipat lebih banyak daripada jumlah mahasiswa baru Program Studi Non Kependidikan. Adapun jumlah mahasiswa baru yang diterima di setiap Program Studi bervariasi antara 30 orang sampai dengan 150 orang per angkatan. Namun walaupun demikian khusus untuk Jurusan Pendidikan Komputer sebagai jurusan baru di FPMIPA UPI pada sampai dengan akhir tahun 2008 belum menghasilkan lulusan dan baru beberapa orang yang masuk ke tahap penyusunan skripsi. Oleh sebab itu maka di dalam pengumpulan data proporsi kuesioner sebagai instrument penelitian antara FMIPA IPB dengan 8 Departemen disamakan jumlahnya dengan FPMIPA UPI yang memiliki 10 Program studi yaitu masing-masing 150 responden.

Profil FPMIPA UPI per Desember 2008

No	Departemen	Sumber Daya						Perpustakaan	Nilai Akreditasi
		S1	S2	S3	GB	Jml	Karyawan Adm		
1	Pend. Kimia	1	30	16	1	47	50	A	B
2	Pend. Biologi	2	29	13	1	44		A	A
3	Pend. Matematika	8	33	14	5	55		A	B
4	Pend. Fisika	4	37	5	0	46		B	B
5	Pend. Komputer	0	5	2	0	7		-	-
	TOTAL	15	134	50	7	199	50		

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Untuk perpustakaan FPMIPA UPI tidak memilikinya secara khusus karena sarana belajar tersebut dipusatkan pada perpustakaan UPI.

FMIPA Institut Teknologi Bandung

Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA) didirikan jauh sebelum diresmikannya Institut Teknologi Bandung (ITB) pada tanggal 2 Maret 1959, yaitu pada tanggal 6 Oktober 1947 sebagai

Faculteit van Exacte Wetenschap, yang kemudian menjadi *Faculteit van Wiskunde en Natuur Wetenschap*, selanjutnya menjadi *Faculteit Ilmu Pasti dan Ilmu Alam (FIPIA)*. FMIPA mempunyai 15 kelompok keilmuan/keahlian ([Aljabar](#), [Analisis dan Geometri](#), [Kimia Analitik](#), [Astronomi](#), [Biokimia](#), [Matematika Kombinatorika](#), [Matematika Industri dan Keuangan](#), [Kimia Anorganik dan Fisik](#), [Fisika Nuklir dan Biofisika](#), [Kimia Organik](#), [Fisika Sistem Kompleks](#), [Fisika Elektronik Material](#),

[Fisika Magnet dan Fotonik](#), [Statistik](#), [Fisika Teoretik Energi Tinggi dan Instrumentasi](#)) serta 13 program studi, mulai dari Astronomi, Matematika, Fisika dan Kimia pada tingkatan S1, S2 dan S3, serta Program Studi Aktuaria untuk S2.

Oleh karena FMIPA merupakan bagian dari ITB, maka visi dan misi fakultas ini tidak terlepas dari visi dan misi ITB yang mencanangkan diri untuk menjadi pelopor dan pemandu ilmu dan sains melalui kerjasama dengan institusi-institusi lain di Indonesia, sehingga FMIPA dituntut berada di garis depan dalam pengembangan itu. Khusus untuk FMIPA, penekanan lebih kepada *basic science* dan matematika. Jadi, FMIPA saat ini memang telah diminta untuk menjaga *performance* ITB terutama untuk pengembangan *basic sciences* atau penelitian-penelitian fundamental. Disitulah peran FMIPA akan lebih banyak diharapkan oleh ITB. FMIPA juga mempunyai program-program penelitian yang semuanya merupakan fundamental riset yang mengandung 3 aspek :

- *Information technology* terutama dalam bidang *computational sciences*.
- *Biotechnology*, sebagai contoh di kimia terdapat biokimia dan kimia organik, di fisika terdapat biofisika, di matematika tentunya sebagai sarana *modelling* dan *structure*.
- *Nanosciences*, Aspek ini dikembangkan oleh program studi fisika dan kimia yang mengembangkan *new material* baik material alami maupun material sintetis.

Untuk program sarjana strata 1 FMIPA ITB hanya memiliki 4 (empat) Program Studi, yaitu : 1) Astronomi, 2) Fisika, 3) Kimia, dan 4) Matematika. Dari ke empat program studi tersebut Program Studi Astronomi adalah program studi yang jumlah mahasiswanya paling sedikit. Jika 3 (tiga) program studi lainnya, yaitu Kimia, Fisika, dan Matematika rata-rata per tahun menerima mahasiswa baru sekitar 100 (seratus) orang, maka Program Studi Astronomi hanya di kisaran 30 (tigapuluh) orang per angkatan, sehingga setiap tahunnya mahasiswa baru FMIPA ITB rata-rata 350 orang.

Profil FMIPA ITB Per Desember 2008

No	Departemen	Sumber Daya						Perpustakaan	Nilai Akreditasi
		S1	S2	S3	GB	Jml	Karyawan Adm		
1	Matematika	0	15	33	4	52	18	ADA	A
2	Fisika	0	5	47	2	54	22	ADA	A
3	Kimia	3	9	31	3	46	44	ADA	A
4	Astronomi	0	6	14	0	20	23	ADA	A
TOTAL		3	35	125	9	172	107		

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

4.2 Profil Mahasiswa FMIPA PTBHMN

Melalui hasil pengumpulan isian kuesioner diperoleh informasi bahwa mahasiswa yang terjaring sebagai responden di dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin dapat dikatakan cukup berimbang antara responden perempuan dengan laki-laki.

Jenis Kelamin Responden

PT. BHMN	Pria		Wanita		Jml
	f	%	f	%	
UPI	55	36,67	95	63,33	150
IPB	73	48,67	77	51,33	150
ITB	47	62,67	28	37,33	75
Total	175		200		375

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Bagaimanapun Perguruan Tinggi BHMN umumnya telah dikenal secara nasional. Hal tersebut membuat masyarakat lokal tertarik untuk dapat menjadi bagian dari civitas akademika di perguruan tinggi yang bersangkutan. Hal ini menyebabkan mahasiswa PTBHMN berasal dari berbagai daerah, sehingga banyak mahasiswa PTBHMN yang hidup terpisah dari orang tua dan sanak keluarga. Informasi tentang asal domisili responden diharapkan bermanfaat untuk memahami kondisi mahasiswa dalam kaitannya dengan pengorbanan dan perjuangannya dalam meraih ilmu dan pembentukan karakter unggul melalui partisipasinya dalam proses pendidikan yang sedang dijalaninya.

Domisili Asal Responden

PTBHMN	Di Kota/ Kabupaten yang sama		Dari luar Kota/ Kabupaten		Tidak Menjawab	Jml
	f	%	f	%		
UPI	57	40,43	84	59,57	9	150
IPB	26	17,33	124	82,67	0	150
ITB	27	36	48	64	0	75
Total	110		256		9	375

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Berdasarkan tabel di atas tampak bahwa 256 orang atau 69,95% dari 366 responden yang menjawab pertanyaan tentang domosili asal adalah berasal dari kota luar kota, dan hanya 30.05% responden yang domisili asalnya sekota dengan lokasi PTBHMN. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa umumnya mayoritas mahasiswa PTBHMN berdomisili asal dari kota yang berbeda dengan lokasi PTBHMN.

Jumlah Saudara Kandung Responden

PTBHMN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tdk menjawab	Jml
UPI	1	28	48	34	18	5	1	3	3	0	1	8	150
IPB	0	27	50	39	20	7	4	1	0	0	1	0	150
ITB	2	16	22	19	7	4	2	1	1	0	0	2	75
TOTAL	3	71	120	92	45	16	7	5	4	0	2	10	375

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Jumlah saudara kandung menjadi informasi yang diperlukan dalam penelitian ini guna memahami situasi lingkungan keluarga responden, karena pembentukan karakter individu dipengaruhi oleh lingkungan tempatnya tumbuh. Keluarga inti dengan jumlah besar tentu akan memberikan suasana yang berbeda dengan keluarga inti

berjumlah kecil. Ternyata responden dalam penelitian ini mayoritas (77,53%) memiliki saudara kandung antara satu, dua dan tiga. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa dimungkinkan responden mereferensikan PTBHMN tempat ia menimba ilmu kepada saudara kandungnya dalam memilih perguruan tinggi.

Posisi dalam urutan anak di keluarga

PTBHMN	Tunggal	Sulung	Penengah	Bungsu	Tdk menjawab	Jmlh
UPI	1	58	46	37	8	150
IPB	0	61	49	39	1	150
ITB	0	32	21	21	1	75
TOTAL	1	151	116	97	10	375

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Selanjutnya melalui informasi tentang posisi responden dalam urutan anak di dalam keluarga harapannya dapat diperoleh pemahaman terhadap kecenderungan dari salah satu posisi dalam urutan anak dalam sikap belajar. Namun ternyata posisi responden dalam urutan anak di keluarga

relative menyebar secara merata. Artinya adalah bilamana salah satu factor yang membentuk karakter seseorang dalam belajar dilatar belakangi oleh posisinya di dalam urutan anak di dalam keluarga maka responden di dalam penelitian ini cukup mewakili semua posisi.

Pekerjaan Orang Tua

PTBHMN	Bapak							Ibu						
	1	2	3	4	5	6	Jml	1	2	3	4	5	6	Jml
UPI	43	3	23	51	21	9	150	39	0	6	16	68	21	150
IPB	44	3	29	26	39	9	150	38	0	2	14	80	16	150
ITB	15	5	12	27	9	7	75	16	0	3	12	38	6	75
TOTAL	102	11	64	104	69	25	375	93	0	11	42	186	43	375

Ket : 1= PNS/BUMN, 2 = ABRI, 3 = Karyawan swasta, 4= Wirausaha/Profesional, 5 = Lain-lain
6 = Almarhum/Tidak Menjawab

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Pekerjaan orang tua dapat membantu menunjukkan latar belakang darimana responden tumbuh dan alasan pembentukan karakter. Seorang mahasiswa yang tumbuh pada keluarga yang ayahnya bekerja sebagai ABRI karakternya dimungkinkan berbeda dari mahasiswa lain yang tumbuh dari keluarga yang ayahnya bekerja sebagai wiraswastawan. Begitu pula dengan keluarga yang ayah ibunya bekerja dimungkinkan memberikan suasana pembentukan karakter

anak yang berbeda dengan mahasiswa yang hanya salah satu dari orangtuanya yang bekerja. Dari tabel dijelaskan bahwa 27,2% ayah dari responden bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan 27,73% adalah wiraswastawan dan atau profesional. Adapun jawaban tentang pekerjaan ibu 49,6% dijawab oleh responden dengan lain-lain. Penjelasan tentang pilihan lain-lain umumnya adalah untuk menyatakan sang ibu hanya berprofesi sebagai ibu rumah tangga.

Pendidikan Terakhir Orang Tua

PTBHMN	Bapak								Ibu							
	1	2	3	4	5	6	7	Jml	1	2	3	4	5	6	7	Jml
UPI	7	29	55	4	35	2	18	150	9	40	42	2	37	0	20	150
IPB	3	12	61	6	44	9	15	150	4	28	65	3	29	3	18	150
ITB	1	8	28	1	29	7	1	75	0	9	35	2	22	2	5	75
TOTAL	11	49	144	11	108	18	34	375	13	77	142	7	88	5	43	375

Ket : 1 = SD/ sederajat, 2 = SMP/ sederajat, 3 = SMA/ sederajat, 4 = Diploma, 5 = Sarjana, 6 = Pascasarjana, 7 = Lain-lain

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Informasi tentang pendidikan terakhir orang tua dapat diperoleh pemahaman tentang perbedaan jenjang pendidikan antara orang tua responden dengan anaknya. Melalui tabel terjelaskan bahwa mayoritas ayah (38,4%) dan ibu ((37,87%) responden berpendidikan

SMA (dan sederajat). Sehingga dari informasi tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan tingkat pendidikan pada dua generasi di dalam suatu keluarga.

Akhirnya dari informasi tentang karakteristik responden sebagaimana paparan

di atas maka diperoleh pemahaman tentang latar belakang responden, terutama yang berkaitan dengan latar belakang keluarga. Hal ini sesuai dengan pendapat para pakar pendidikan yang menyatakan bahwa pada dasarnya perilaku seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang memiliki kaitan dengan latar belakang keluarga.

4.3 Deskripsi Citra PTBHMN menurut Mahasiswa

Paradigma Perguruan Tinggi Negeri berstatus BHMN (PTBHMN) adalah selain bertugas melayani kepentingan publik dalam jasa pendidikan tinggi, juga sekaligus mewujudkan keunggulan bersaing melalui kemampuannya memberikan yang terbaik kepada para pelanggannya. Melalui jawaban responden atas instrumen penelitian berbentuk kuesioner maka diperoleh gambaran tentang

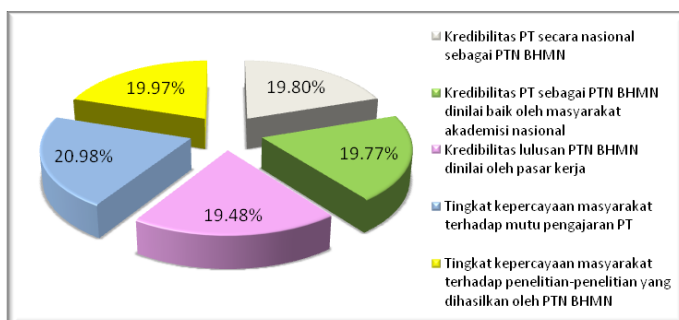
tanggapan mahasiswa PTBHMN terhadap variable-variabel penelitian dan penilaian atas kinerja perguruan tinggi mereka.

Citra mengacu kepada prestasi PTBHMN sebagai petunjuk kompetensi lembaga di bidangnya melalui kredibilitas dan kepercayaan masyarakat terhadap kehandalan sebuah lembaga. Dalam penelitian ini citra digali melalui persepsi mahasiswa PTBHMN terhadap anggapan masyarakat kepada perguruan tingginya dengan indicator :

1. Kredibilitas PTBHMN secara umum
2. Kredibilitas PTBHMN diantara masyarakat akademisi
3. Kredibilitas PTBHMN di kalangan pasar kerja
4. Kepercayaan masyarakat terhadap mutu pengajaran PTBHMN
5. Kepercayaan masyarakat terhadap hasil-hasil penelitian PTBHMN

Tanggapan Mahasiswa terhadap Citra PTBHMN

No.	Sangat Baik		Baik		Cukup Baik		Kurang Baik		Tidak Baik		Sangat Tidak Baik		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor	%
1	51	13,60	132	35,20	121	32,27	52	13,87	17	4,53	2	0,53	1642	19,80
2	55	14,67	122	32,53	121	32,27	64	17,07	11	2,93	2	0,53	1640	19,77
3	38	10,13	135	36,00	128	34,13	56	14,93	15	4,00	3	0,80	1616	19,48
No.	Sangat Besar		Besar		Cukup Besar		Cukup Kecil		Kecil		Sangat Kecil		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor	%
4	70	18,67	152	40,53	107	28,53	41	10,93	4	1,07	1	0,27	1740	20,98
5	53	14,13	126	33,60	134	35,73	50	13,33	10	2,67	2	0,53	1656	19,97
Total													8294	100,00



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Tingkat kredibilitas dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga menunjukkan pengakuan atas prestasi sebuah lembaga. Berdasarkan hasil pengumpulan data tanggapan mahasiswa terhadap citra lembaga PTBHMN untuk dimensi kredibilitas dan kepercayaan menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa perguruan tingginya (PTBHMN) dianggap kredibel secara nasional oleh masyarakat umum. Pihak lain yang justru amat menentukan adalah pasar kerja disebabkan karena kredibilitas suatu perguruan tinggi menurut penilaian pasar kerja akan menentukan nasib lulusannya. Mahasiswa PTBHMN mayoritas beranggapan bahwa kredibilitas perguruan tingginya di mata pasar kerja pada kategori baik. Dalam hal kepercayaan masyarakat terhadap lembaganya, responden menempatkan mutu pengajaran adalah hal yang dipercayai sebagai keunggulan perguruan tinggi BHMN. Tingginya kepercayaan masyarakat terhadap mutu pengajaran PTBHMN menurut persepsi mahasiswa dapat dimengerti jika dikaitkan dengan panjangnya jam terbang PTBHMN sebagai perguruan tinggi negeri. Umumnya perguruan tinggi BHMN adalah perguruan tinggi negeri tertua diantara kelompok bidang ilmunya masing-masing, sehingga wajar bilamana mahasiswa PTBHMN merasa bahwa melalui pengalaman panjang yang dimiliki PTBHMN membuat masyarakat menganggap mutu pengajaran PTBHMN dapat dipercaya. Demikian juga halnya dengan kepercayaan masyarakat terhadap penelitian yang dihasilkan PTBHMN menurut persepsi mahasiswanya sudah baik.

V. Kesimpulan

1. Jurusan maupun program studi di Fakultas MIPA yang disenggarakan oleh Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) adalah yang terbanyak, dan termasuk fakultas unggulan yang dibuktikan melalui kerjasama dan bantuan Pemerintah Jepang melalui program JICA.
2. Profil mahasiswa PTBHMN ditandai dengan mayoritas wanita, berdomisili asal dari luar kota, dan berangkat dari lingkungan keluarga yang terdiri dari dua bersaudara. Sedangkan latar belakang

orang tua mahasiswa PTBHMN dalam hal pendidikan umumnya adalah tingkatan sekolah lanjutan atas.

3. Umumnya mahasiswa menanggapi bahwa kredibilitas PTBHMN secara nasional adalah baik, terutama dalam hal mutu pengajaran mahasiswa merasa bahwa masyarakat beranggapan bahwa mutu pengajaran PTBHMN lebih terpercaya keunggulannya dibandingkan dengan perguruan tinggi lainnya.

Daftar Pustaka

- Baharuddin, 2007, *Psikologi Pendidikan; Refleksi Teoritis Terhadap Fenomena*, Ar-Ruzz Media Group, Jogjakarta
- Bambang Soehendro, 1996, *Pengelolaan Perguruan Tinggi dalam Menuju Peningkatan Kualitas yang Berkelanjutan*, pada Seminar on Management of Higher Education: *ANTICIPATING THE YEAR 2020*, Jakarta, 27-28 Nopember
- Dodi Nandika; Soekartawi; Ronny Rahman Noor.; Komang G Wiryawan; dan Mulano, 2006, *Universitas, Riset dan Daya Saing Bangsa*, Pustaka Pelajar Yogyakarta
- Eddy S. Soegoto, 2007, Disertasi DMB, Unpad.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing for Millenium*, Prentice Hall International Inc, New Jersey.
- ; Kevin Lane Keller, 2009, *Marketing Management*, Edition Pearson Internasional Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Kreitner, Robert&Angelo Kinicki, 2003, *Perilaku Organisasi*, Salemba Empat Jakarta
- Leblanc, Gaston& Nguyen, Nha, 2002, Contact Personel, Physical Enviromet and the Perceived Corporate Image of Intangible Service by New Client, *International Journal of Service Industry Management*, Volume 13. No 13. pp 242-262
- Park, Jongmin, Lisa Lyon, and Glen T. Cameron, December 2000, Does Reputation Management Reap Rewards ? A Path Analysis of Corporate Reputation Advertising's Impact on Brand Attitudes and Purchase Decisions, *WJMCR 4:1*

- Ohmae, Kenichi, 2005, *The Next Global Stage*, Wharton School
- Peter, J. Paul, Jerry C. Olson, 2000, *Consumer Behavior; Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Rhenald Kasali, 2005, *Change*, PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Robbins, Stephen, 1998, *Perilaku Organisasi: Konsep Kontroversi Aplikasi Prenhallindo Jakarta*
- Rudy Radjab, 2006, *Kiat-kiat Membangun Sustainable Business Networking (Kasus pada PT. ELNUSA)*, Program M2B PPS UPI, Bandung
- Schiffman Kanuk, G Leon, Leslie Lazar, 2007, *Consumer Behavior*, Prentice Hall, Seventh Edition, New Jersey
- Sekaran, Uma, 2000, *Research Methods for Business, A Skill Building Approach*, John Willey & Sons, INC, New York.
- Sufyarma, 2004, *Kapita Selektta Manajemen Pendidikan*, Alfabeta Bandung
- Sugiyono, 2000, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Temporal, Paul, 2006, *Asia's Star Brands*, John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd
- Zeithaml V.A., and Mary Jo Bitner, 2006, *Services Marketing, Integrating Customer Focus Across The Firm*, Irwin McGraw-Hill.