

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Pembahasan

Dalam bab ini peneliti akan membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penentuan lokasi dan hasil perhitungan atas kasus penentuan lokasi Tes Center CBT Luar UII.

5.1.1 Faktor-faktor yang berpengaruh

5.1.1.1 Faktor jumlah pendaftar dari daerah terpilih

Dari hasil wawancara awal dengan pihak UII dikemukakan bahwa faktor ini menempati urutan atas dalam pengambilan keputusan penentuan lokasi CBT Luar UII. Dengan menghitung banyaknya jumlah pendaftar CBT dari daerah terpilih secara umum diharapkan calon konsumen yang akan mengikuti Ujian di Tes Center Luar UII juga semakin banyak. Data jumlah pendaftar CBT dari daerah terpilih penting dijadikan indikator penentuan lokasi Tes Center CBT Luar UII dan data ini dalam penelitian ini adalah data pada tahun 2017. Bobot faktor ini dalam menentukan lokasi adalah sebesar 14%.

5.1.1.2 Faktor jumlah mahasiswa dari daerah terpilih

Selain jumlah pendaftar dari daerah terpilih, data jumlah mahasiswa dari daerah terpilih sangat penting dijadikan indikator penentuan lokasi. Pihak UII menempatkan faktor ini pada urutan atas penentuan kriteria untuk pengambilan

keputusan. Bobot faktor jumlah mahasiswa dari daerah terpilih adalah sebesar 16%. Data yang digunakan adalah tahun 2017.

5.1.1.3 Faktor jumlah mahasiswa dari SMA terpilih

Setelah dilakukan CBT Luar UII sejak tahun 2008 maka didapatkan data jumlah mahasiswa dari SMA terpilih. Data tersebut kemudian diolah dan dimasukkan kedalam salah satu faktor penentuan lokasi Tes Center Luar UII. Data jumlah mahasiswa dari SMA terpilih yang digunakan adalah tahun 2017. Adapun data ini didapatkan dari basis data UII. Bobot faktor ini mempengaruhi penentuan lokasi sebesar 6%.

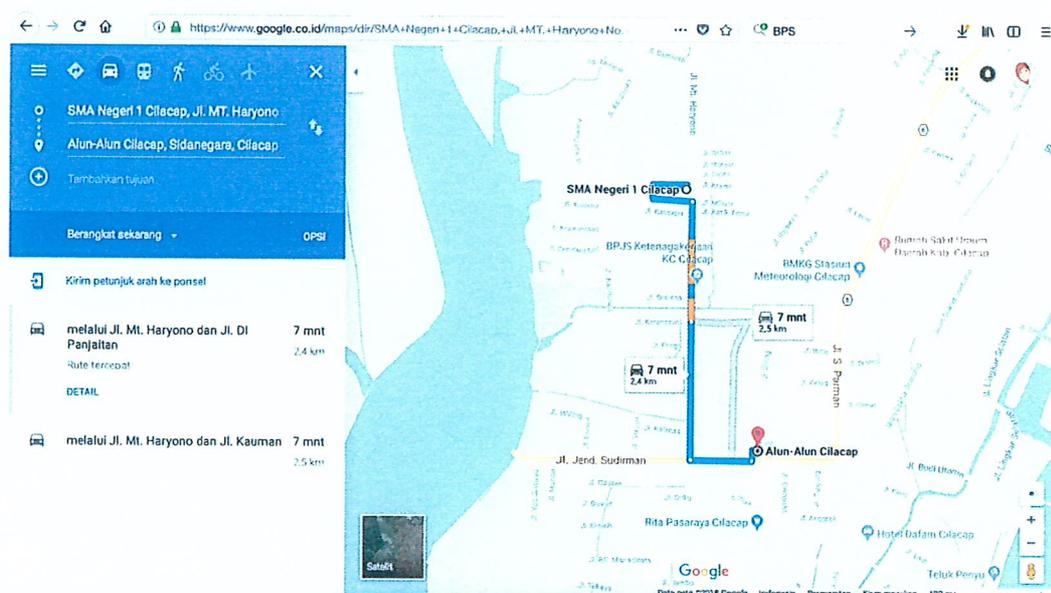
5.1.1.4 Faktor tingkat kefavoritan SMA terpilih

Tingkat kefavoritan SMA didasarkan pada nilai akreditasi SMA sesuai pada data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan pada situs web resmi kemendikbud.go.id. Bobot faktor ini mempengaruhi keputusan sebesar 16%. Tingkat kefavoritan SMA terpilih ini mendukung pemerekan UII terhadap kepercayaan pilihan calon konsumen memilih keberlanjutan tempat pendidikan. Kerjasama yang baik dengan pihak sekolah memberikan berbagai keuntungan strategis dalam persaingan pasar.

5.1.1.5 Faktor tingkat kemudahan dijangkau (dekat dengan kota)

Tingkat kemudahan dijangkau (dekat dengan kota) pada penelitian kali ini ditentukan berdasarkan jarak lokasi SMA dengan pusat kota (Alun-alun). Alun-alun

dianggap sebagai pusat kota karena menurut wikipedia "Alun-alun adalah ruang terbuka, yang dijadikan sebagai pusat kegiatan masyarakat sehari-hari". Dalam hal ini Alun-alun berkembang memegang peranan penting sebagai pusat daerah kegiatan (*central business district*) atau pusat kota. Data yang digunakan adalah data dari referensi Google Maps berdasarkan Jarak GPS. Faktor ini mempengaruhi sebesar 11%. Faktor ini menjadi penting karena calon konsumen perlu dengan mudah mengakses lokasi yang didukung oleh fasilitas transportasi yang memadai. Kemudahan dijangkau, akses dekat dengan kota dan letak yang strategis menarik calon konsumen untuk mendatangi lokasi Tes Center CBT Luar UII.



Gambar 5.1 Hasil tangkapan layar jarak GPS antara sekolah dengan pusat kota

Menurut Fandy Tjiptono (2007) faktor kemudahan akses dalam menjangkau sebuah lokasi mempengaruhi keputusan penentuan lokasi. Hal ini mendukung faktor tingkat kemudahan dijangkau (dekat dengan kota) pada permasalahan penelitian ini.

5.1.1.6 Faktor ada permintaan alumni dari daerah terpilih

Bobot faktor ini mempengaruhi sebesar 13%. Data permintaan alumni didapatkan dari hasil wawancara dengan Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru UII. Adanya faktor permintaan alumni sangat penting dan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan penentuan lokasi.

5.1.1.7 Faktor ada ikatan alumni dari daerah terpilih

Sebesar 16% faktor adanya ikatan alumni UII di daerah terpilih menentukan keputusan pemilihan lokasi Tes Center CBT Luar UII. Data didapatkan dari situs web Ikatan Keluarga Alumni UII di laman situs <http://ika.uui.ac.id/pengurus-wilayah/dpw-ika-uui-se-indonesia.html>.

5.1.1.8 Faktor ada universitas pesaing di daerah terpilih

Faktor adanya universitas pesaing perlu dipertimbangkan, karena semakin sedikit pesaing maka akan semakin besar peluang pasar meraih konsumen. Untuk data universitas di Indonesia diambil dari laman resmi Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi. Perguruan Tinggi yang dianggap sebagai pesaing adalah universitas swasta dengan nilai akreditasi A (setara dengan Akreditasi Universitas Islam Indonesia. Menurut Fandy Tjiptono (2007) faktor pesaing turut mempengaruhi penentuan lokasi dan pada penelitian kali ini mempengaruhi perhitungan sebesar 5%.

5.1.1.9 Faktor tingkat pendapatan per kapita daerah terpilih

Render dan Heizer (2006) mengemukakan delapan volume komponen peningkatan pendapat jasa, salah satunya adalah daya beli masyarakat sekitar. Tingkat pendapatan per Kapita mempengaruhi daya beli. Semakin besar maka semakin kuat daya beli masyarakatnya. Dengan memasukkan faktor ini, diharapkan dapat dihitung kemampuan masyarakat sekitar sebagai calon konsumen untuk memilih UII sebagai tempat kelanjutan tingkat pendidikan. Sesuai hasil kuesioner, faktor ini mempengaruhi perhitungan sebesar 4%. Tingkat pendapatan per kapita pada penelitian ini merupakan data Produk Domestik Regional Bruto per Kapita (PDRB) yang diambil dari laman resmi Badan Pusat Statistik yaitu www.bps.go.id.

5.1.2 Hasil Pemeringkatan

Bobot dari hasil perhitungan AHP dan data setiap kriteria yang didapat kemudian diolah dan didapatkan hasil penentuan lokasi sesuai tabel 5.1.

Tabel 5.1 Urutan peringkat hasil pengolahan

Nama Daerah Terpilih	Nama SMA Terpilih	Hasil Perhitungan	Peringkat
Yogyakarta	SMA S Muhammadiyah 1 Yogyakarta	84.00	1
Sleman	SMA N 1 Depok	67.25	2
Tegal	SMA Al Irsyad Tegal	50.00	3
Cilacap	SMA N 1 Cilacap	42.00	4
Kudus	SMA N 2 Kudus	42.00	4
Wonosari	SMA N 1 Wonosari	42.00	4
Temanggung	SMA N 1 Temanggung	42.00	4
Pekalongan	SMA N 1 Pekalongan	42.00	4
Kebumen	SMA N 1 Kebumen	42.00	4
Banjarnegara	SMA N 1 Banjarnegara	42.00	4
Magelang	SMA N 4 Magelang	42.00	4
Purworejo	SMA N 1 Purworejo	37.00	5
Purwokerto	SMA N 1 Purwokerto	37.00	5
Salatiga	SMA N 1 Salatiga	37.00	5

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa SMA Swasta Muhammadiyah 1 menempati urutan pertama dalam penentuan potensi lokasi Tes center CBT Luar UII dengan nilai sejumlah 84 poin. Ditempat kedua adalah SMA N 1 Depok dengan nilai 67.25 poin. Sedangkan ditempat ketiga adalah SMA Al Irsyad Tegal, jumlah

nilai 50 poin. Di posisi keempat terdapat delapan sekolah yaitu SMA N 1 Cilacap, SMA N 2 Kudus, SMA N 1 Wonosari, SMA N 1 Temanggung, SMA N 1 Pekalongan, SMA N 1 Kebumen, SMA N 1 Banjarnegara, SMA N 4 Magelang dengan poin sama 42. SMA N 1 Purworejo, SMA N 1 Purwokerto dan SMA N 1 Salatiga berada di urutan keempat dengan nilai 37 poin.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penentuan lokasi yaitu faktor jumlah pendaftar dari daerah terpilih dengan bobot sebesar 14%, faktor jumlah mahasiswa dari daerah terpilih memiliki bobot sebesar 16%, sebesar 6% faktor jumlah mahasiswa dari SMA terpilih mempengaruhi pemilihan lokasi pada studi kasus ini, sedangkan tingkat kefavoritan SMA terpilih memiliki bobot 16%, untuk faktor tingkat kemudahan dijangkau (dekat dengan kota) mempengaruhi sebesar 11%, faktor ada permintaan alumni dari daerah terpilih berpengaruh sebesar 13%, untuk faktor ada ikatan alumni dari daerah terpilih cukup besar mempengaruhi pemilihan sebesar 16%, faktor ada universitas pesaing di daerah terpilih memiliki bobot 5%, dan sebesar 4% untuk faktor tingkat pendapatan per kapita daerah terpilih mempengaruhi pengambilan keputusan. Dan hasil perhitungan atas kasus penentuan lokasi Tes Center CBT Luar UII didapatkan hasil Yogyakarta (SMA S 1 Muhammadiyah Yogyakarta) menempati urutan 1 dengan hasil perhitungan sebesar 84 poin, kemudian di urutan ke 2 adalah Sleman (SMA N 1 Depok) sebesar 67.25 poin, selanjutnya di urutan ke 3 adalah Tegal (SMA Al Irsyad) dengan poin 50. Kota Cilacap (SMA N 1 Cilacap), kota Kudus (SMA N 2 Kudus), Wonosari (SMA N 1 Wonosari), Temanggung (SMAN 1 Temanggung), Pekalongan (SMA N 1 Pekalongan), Kebumen (SMA N 1 Kebumen) dan Banjarnegara (SMA N 1

Banjarnegara) berada di urutan 4 dengan poin sebesar 42, sedangkan kota Purworejo (SMA N 1 Purworejo) bersama dengan kota Purwokerto (SMA N 1 Purwokerto) dan Salatiga (SMA N 1 Salatiga) menempati urutan ke 5 dengan 37 poin.

Faktor-faktor yang berpengaruh dan lokasi yang telah ditentukan berdasarkan perhitungan dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan selanjutnya untuk menentukan lokasi Tes Center yang potensial.

6.2 Saran

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah:

1. Menambahkan variabel-variabel lain yang lebih banyak sehingga hasil perhitungan semakin tepat.
2. Meningkatkan penelitian dengan metode Fuzzy AHP untuk mendapatkan hasil perhitungan yang semakin akurat, karena untuk metode AHP saja memiliki kelemahan yaitu: ketidakmampuan dalam mengatasi faktor ketidakpresisian pengambil keputusan dalam memberi nilai pasti pada kuesioner perbandingan berpasangan, jika lebih dari sepuluh kriteria maka AHP akan menemui kesulitan dalam perhitungan manual, terdapat kemungkinan hierarki yang berbeda apabila diaplikasikan dalam masalah yang identik sehingga memungkinkan perubahan hasil yang berdampak besar akibat perubahan pada skala kecil.
3. Melakukan penelitian lebih detail untuk kriteria SMA terpilih sehingga hasil penelitian akan lebih lengkap dan akurat.

Dari hasil penelitian ini seharusnya UII dalam kasus ini dapat menerapkan minimal dua kebijakan, yaitu:

1. Melakukan riset sebelum ditentukannya sebuah daerah sebagai TC. Sebaiknya dalam penentuan lokasi dilakukan dengan metode kualitatif agar didapatkan hasil yang sesuai dan dapat dipertanggungjawabkan keakuratannya.
2. Peningkatan teknologi dapat juga dilakukan dengan mengaplikasikan teknologi ujian terkini, menggunakan layar termonitor dan proses ujian yang lebih sederhana namun memiliki keamanan yang terjamin. Teknologi terbaru adalah memasang aplikasi perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*) pendukung agar terlaksana ujian *online* anti kecurangan yang dapat beroperasi secara otomatis sebagai pengawas ujian.
3. Dalam berjalannya penelitian penulis menilai ada berbagai pertimbangan yang berbeda-beda dalam mengambil kebijakan dan keputusan penentuan lokasi. Peningkatan sumber daya (*resources*) diperlukan. Dalam bukunya yang berjudul Strategi dan Inovasi Model Bisnis Meningkatkan Kinerja Usaha, Dr. Laurensius Manurung menyatakan bahwa organisasi berkembang dari sumber daya eksternal yang kritis, antara lain: tenaga kerja, teknologi, peraturan dan lainnya. Dan tingkat kemampuan organisasi dalam mengontrol sumber daya, membuat organisasi dapat memanfaatkan sumber daya lebih optimal. UII dapat memanfaatkan sumberdaya yang ada untuk meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan kemampuan bersaing. Pada tahun 2017 UII menggunakan tenaga kerja dari sekolah (SMA) untuk

menjadi petugas jaga Tes Center Luar UII sehingga terkadang ditemui indikasi kecurangan dari petugas sekolah yang tidak bisa dikontrol oleh UII. Saran untuk tahun berikutnya UII dapat merekrut dan meletakkan petugas jaga sendiri agar lebih dapat dipercaya dan dapat melakukan evaluasi secara optimal terhadap hasil proses kegiatan CBT Luar UII.

4. Sedangkan untuk strategi promosi UII dapat meningkatkan berbagai cara, antara lain:
 - a. promosi di media baik media cetak maupun media sosial yang saat ini sedang digemari generasi milenial, sehingga lebih tepat sasaran,
 - b. promosi oleh alumnus UII dari sekolah terpilih, akan lebih berkesan ketika alumni dari sekolah tersebut mempromosikan UII,
 - c. mengadakan pameran atau stand promosi dalam kegiatan sekolah atau pendidikan di daerah terpilih,
 - d. kerjasama dengan bimbingan belajar untuk kisi-kisi ujian online UII,
 - e. pemberian beasiswa khusus bagi peserta ujian dengan nilai terbaik,
 - f. dan strategi marketing lain yang dapat dikembangkan oleh UII.