

Persepsi Dunia Perbankan Terhadap Mutu Lulusan Perguruan Tinggi Khususnya Sarjana Ekonomi Di Kota Makassar

Zulkarnain Basir
(Dosen Tetap STIEM Bongaya)

Abstrak. *Persepsi Dunia Perbankan Terhadap Mutu Lulusan Perguruan Tinggi Khususnya Sarjana Ekonomi Di Kota Makassar. Studi dalam penelitian ini mengenai Persepsi Dunia Perbankan Terhadap Mutu Lulusan Perguruan Tinggi Khususnya Sarjana Ekonomi Di Kota Makassar. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah : (1) Bagaimana persepsi dunia perbankan di kota makassar terhadap mutu lulusan perguruan tinggi khususnya sarjana ekonomi dan (2) Bagaimana Standar mutu calon tenaga kerja khususnya sarjana ekonomi yang dibutuhkan dunia perbankan di Kota Makassar*

Dari permasalahan tersebut penelitian ini disusun dengan tujuan untuk mengetahui persepsi dunia kerja terhadap mutu lulusan perguruan tinggi khususnya sarjana ekonomi di kota Makassar dan bagaimanakah standar mutu yang ditetapkan dunia perbankan dalam merekrut calon tenaga kerja. Variable yang diteliti adalah Mutu Lulusan Perguruan Tinggi sebagai variable independen (Y) dan beberapa variabel dependen seperti; Performa (X1), Features (X2), kehandalan (X3, Konformansi (X4), Daya Tahan (X5), Kemampuan Pelayanan (X6), Estetika (X7), dan Kualitas (X8)

Metode Survey dengan jenis eksploratorif verifikatif. metode ini digunakan untuk mengetahui persepsi dunia perbankan sebagai variabel independen terhadap mutu lulusan perguruan tinggi di kota makassar sebagai variabel dependen. Jumlah sampel yang diambil seluruh kantor cabang bank yang ada di kota Makassar dan Manajer HRD sebagai responden adalah responden dengan teknik Sampel Jenuh dan menggunakan kuesioner untuk memperoleh data.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Persepsi dunia perbankan tentang mutu lulusan sarjana ekonomi lebih baik dengan nilai persepsi 3.7 dari mutu lulusan perguruan tinggi secara umum dengan nilai persepsi 3.6, Masih rendahnya nilai mutu para lulusan, baik lulusan perguruan tinggi secara umum maupun sarjana ekonomi khususnya dari kemampuan manajerial khususnya kemampuan menganalisa informasi dengan menggunakan software dengan nilai persepsi masing-masing 3.5, Dunia perbankan memberikan penilaian mutu yang baik terhadap daya tahan/durability selama bekerja bagi para lulusan Perguruan Tinggi secara khusus (Sarjana Ekonomi) dengan nilai persepsi 4.0 di banding Para lulusan Perguruan Tinggi secara umum dengan nilai persepsi 3.5

Kata kunci : Persepsi, Perbankan, Mutu Lulusan, Sarjana ekonomi, dan Perguruan tinggi

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Eric Wibisono (1999) dalam mengamati problematika kualitas lulusan perguruan tinggi, saat ini bukan hanya menjadi wacana yang hangat dikalangan akademisi tetapi juga dunia usaha yang merupakan pengguna dari lulusan perguruan tinggi tersebut sementara perguruan tinggi sebagai institusi pembangunan yang erat hubungannya (*Linkage*) dengan dunia kerja menjadi jembatan dalam mempersiapkan lulusan yang siap pakai dan berdaya saing, diketahui bahwa persoalan kualitas lulusan perguruan tinggi bukan hanya Indonesia yang mengalami, Negara maju seperti Amerika Serikat pun juga masih dihadapkan pada persoalan kualitas tersebut. Seperti yang dilaporkan Bailey dan Bennet (1996), bahwa masalah utama lulusan perguruan tinggi adalah kualitas yang berkaitan dengan keterampilan (*Skill*).

Flores A. Maljers, CEO dari Unilever N.V. (Randals, Schuler & Susan E. Jackson, 1992) mengatakan bahwa kendala terbesar yang dihadapi perusahaan dalam menghadapi globalisasi adalah keterbatasan sumberdaya manusia bukan terbatasnya modal.

Menurut Harjono (1990:23), beberapa faktor yang mempengaruhi kesiapan lulusan untuk memasuki dunia kerja seperti: motivasi kerja, kemampuan kerja, kemampuan beradaptasi dengan pekerjaan, kemampuan beradaptasi dengan lingkungan, kemampuan berkomunikasi, penguasaan informasi tentang dunia kerja, persepsi tentang prospek karir, peluang untuk mendapatkan kesempatan kerja, dan gambaran pekerjaan yang dikerjakan di dunia kerja. Haryono (1990), juga berpendapat bahwa ada beberapa aspek yang harus di siapkan untuk memasuki dunia kerja yaitu: (a) Kepercayaan diri, (b) Komitmen, (c) Inisiatif/kreatifitas, (d) Ketekunan dalam bekerja, (e) Kecakapan kerja, (f) Kedisiplinan yang tinggi, (g) Motivasi berprestasi, (h) Kemampuan bekerja sama, (i) Tanggung jawab yang tinggi, (j) Kemampuan berkomunikasi dengan baik

Dari beberapa diskusi informal dapat disimpulkan beberapa persoalan, sebagai berikut; Rendahnya tingkat kelulusan pada hampir semua mata kuliah yang mengandung aspek analisis matematis, kemampuan mempresentasikan pengetahuan yang diperoleh selama kuliah yang sangat rendah, dan kecakapan berkomunikasi yang rendah. Meski masih terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi, Lulusan perguruan tinggi tetap memegang “tanggung jawab” sebagai pemberi nilai tambah (*value added*) bagi perusahaan. Lebih jauh lagi, lulusan perguruan tinggi dituntut untuk bisa meningkatkan *value added* dengan menggunakan sumberdaya internal secara optimal serta memberikan *feedback* demi meningkatkan kinerja perusahaan. Sayangnya, perguruan – perguruan tinggi di Kota Makassar tidaklah sama kualitasnya. Ada yang benar-benar *highly reputable*, tetapi masih ada juga yang masih sekedar melepas lulusannya tanpa memperhitungkan kualitas dan kapabilitasnya, sehingga lulusan sarjana yang tersedia sangat bervariasi .

Hal tersebut berdampak pada rendahnya tenaga kerja yang dapat terserap di dunia kerja, secara nasional tergambar pada data lulusan Perguruan Tinggi yang sampai saat ini masih ada 360 ribu orang sarjana lulusan universitas atau 5,04% dari total pengangguran yang mencapai 7,17 juta orang yang masih menganggur dan mencari-cari pekerjaan (Data BPS 2013). Berdasarkan data APINDO bahwa pada tahun 2013 daya serap sector industry mencapai 70 persen, meski demikian saat ini jumlah pengangguran di Sulsel mencapai 5,8% dari jumlah angkatan kerja atau sekitar 211.000 orang (Disnaker Sulsel 2013), dan setiap tahun perguruan tinggi di Sulsel menghasilkan 2.000 - 3.000 sarjana yang kemudian menjadi pengangguran (Makassar Terkini edisi 6 oktober 2013).

Khusus di kota Makassar jumlah sarjana pencari kerja tiap tahunnya meningkat, ditemukan bahwa sekitar 300 orang tiap harinya mengurus kartu kuning atau sekitar 7800 orang dalam waktu satu bulan yaitu pada bulan agustus 2012, para pencari kerja tersebut di dominasi oleh kalangan lulusan perguruan tinggi untuk melamar pekerjaan (Disnaker 2012/bahasa.makassar.go.id), Data tersebut juga mencerminkan bahwa kebutuhan dunia kerja yang sangat dinamis tidak akan pernah menunggu kesiapan dunia pendidikan. Oleh karena itu, dunia pendidikanlah yang harus secara cepat menyesuaikan diri dengan kebutuhan dunia kerja yang sangat dinamis.

Di sisi lain, persaingan usaha semakin ketat, khususnya di dunia perbankan yang semakin dituntut untuk meningkatkan kualitas baik layanan maupun produk, hal ini tentunya membutuhkan sumberdaya manusia yang berkualitas, kapabel, dan berdaya saing. Dunia perbankan merupakan salah satu sector lapangan kerja yang paling diminati oleh lulusan perguruan tinggi khususnya lulusan program studi ekonomi di Makassar, mereka beranggapan bahwa bekerja di bank dapat mengimplementasikan pengetahuan secara utuh yang telah mereka dapatkan sejak menimba ilmu di bangku kuliah, Namun apakah dunia perbankan memiliki persepsi yang sama tentang para sarjana ekonomi pencari kerja tersebut

Masalah Pokok. Bagaimana persepsi dunia perbankan di kota Makassar terhadap mutu lulusan perguruan tinggi khususnya sarjana ekonomi dan Bagaimana Standar mutu calon tenaga kerja yang dibutuhkan dunia perbankan khususnya sarjana ekonomi

Perspsi

1. Pengertian Persepsi

Secara umum persepsi dapat di artikan sebagai cara pandang setiap individu dalam menerima stimulus atau rangsangan berupa informasi, peristiwa, objek, dan lainnya yang berasal dari lingkungan sekitar, stimulus atau rangsangan tersebut akan diberi makna atau arti oleh individu, proses pemberian pemaknaan tersebut yang kemudian dinamakan persepsi. Namun untuk lebih memahami arti dari persepsi, beberapa ahli telah memberikan definisi

Menurut Sarlito Wirawan Sarwono (1983:89), persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan,

kemampuan tersebut antara lain : kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, dan memfokuskan. Oleh karena itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda, walaupun obyeknya sama. Hal tersebut dimungkinkan karena adanya perbedaan-perbedaan dalam hal system nilai dan ciri kepribadian individu yang bersangkutan. Sedangkan Leavitt, 1978 yang diambil dari Faradina, Triska (2007:8) persepsi memiliki pengertian dalam arti sempit dan arti luas. Dalam arti sempit persepsi yaitu penglihatan: bagaimana seseorang melihat sesuatu, dan dalam arti luas persepsi yaitu pandangan atau pengertian, bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Menurut Indrajaya (1986) dalam Praslika, Tiara H (2007:10) berpendapat bahwa persepsi adalah proses dimana seseorang mengorganisasikan dalam pikirannya, memanfaatkan, mengalami, dan mengolah perbedaan atau segala sesuatu yang terjadi dalam lingkungannya

Persepsi merupakan proses pengorganisasian dan penginterpretasian terhadap stimulus oleh organisme atau individu sehingga didapat sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang terintegrasi dalam diri individu (Davidoff). Davidoff juga mengatakan bahwa persepsi adalah suatu proses yang dilalui oleh stimulus yang diterima oleh panca indera yang kemudian diorganisasikan dan diinterpretasikan sehingga individu menyadari yang diinderanya itu (Walgito, 2002 ; 69). Ditambahkan oleh Walgito bahwa proses terjadinya persepsi tergantung dari pengalaman masa lalu dan pendidikan yang diperoleh individu (Walgito, 2002:71). Senada dengan hal tersebut Atkinson dan Hilgard mengemukakan bahwa persepsi adalah proses dimana kita menafsirkan dan mengorganisasikan pola stimulus dalam lingkungan. Sebagai cara pandang, persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus.

Maramis mendefinisikan persepsi sebagai daya mengenal barang, kualitas atau hubungan serta perbedaan yang terdapat pada objek, melalui proses mengamati, mengetahui dan mengartikan setelah panca inderanya mendapat rangsangan (Maramis, 1998: 119). Proses pembentukan persepsi menurut Feigi sebagai pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya stimuli. Setelah mendapat stimuli, pada tahap selanjutnya terjadi seleksi yang saling berinteraksi dengan "**interpretation**", begitu juga berinteraksi dengan "**closure**". Proses seleksi terjadi pada saat seseorang memperoleh informasi, maka akan berlangsung proses penyeleksian pesan-pesan mana yang dianggap penting dan tidak penting. Proses **closure** terjadi ketika hasil seleksi tersebut akan disusun menjadi satu kesatuan yang berurutan dan bermakna, sedangkan interpretasi berlangsung ketika yang bersangkutan member tafsiran atau makna terhadap informasi tersebut secara menyeluruh (Yusuf, 1991:108).

2. Proses terjadinya persepsi

Persepsi seseorang tidaklah timbul begitu saja, ada tahapan-tahapan atau proses tertentu yang harus dilalui oleh seseorang untuk

bisa berpersepsi. Menurut Sunaryo (2004) persepsi melewati tiga proses, yaitu :

1. Proses fisik (kealaman) — Objek, Stimulus, reseptor atau alat indera
2. Proses fisiologis — Stimulus, saraf sensoris, otak
3. Proses psikologis — proses dalam otak sehingga individu menyadari stimulus yang diterima

Sejalan dengan hal itu Bimo Walgito (2002) mengemukakan proses-proses terjadinya persepsi : 1) Suatu obyek atau sasaran menimbulkan stimulus, selanjutnya stimulus tersebut ditangkap oleh alat indera. Proses ini berlangsung secara alami dan berkaitan dengan segi fisik. Proses tersebut dinamakan proses kealaman, 2) Stimulus suatu obyek yang diterima oleh alat indera, kemudian disalurkan ke otak melalui syaraf sensoris. Proses pentransferan stimulus ke otak disebut proses psikologis, yaitu berfungsinya alat indera secara normal, dan 3) Otak selanjutnya memproses stimulus hingga individu menyadari obyek yang diterima oleh alat inderanya. Proses ini juga disebut proses psikologis. Dalam hal ini terjadilah adanya proses persepsi yaitu suatu proses di mana individu mengetahui dan menyadari suatu obyek berdasarkan stimulus yang mengenai alat inderanya. Kemudian secara lebih detail Gibson (1990) berpendapat mengenai proses terjadinya persepsi yaitu mencakup penerimaan stimulus (*inputs*) , pengorganisasian stimulus dan penerjemahan atau penafsiran stimulus yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap.

Mutu

1. Definisi Mutu

Mutu merupakan hal yang sangat penting bagi suatu organisasi, baik itu organisasi pendidikan maupun organisasi non pendidikan. Mutu sendiri mempunyai berbagai macam pengertian, seperti yang dikemukakan oleh beberapa ahli berikut :

Menurut M.N. Nasution (2001), mutu suatu produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Crosby dalam M.N. Nasution (2001) menyatakan bahwa mutu adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki mutu apabila sesuai dengan standar mutu yang telah ditentukan. Standar mutu tersebut meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi

Pendapat lain tentang mutu, menurut Stanley Sutrisno (2010:8) mutu adalah kesesuaian antara produk atau jasa yang dihasilkan organisasi dengan persyaratan atau kriteria yang ditetapkan oleh pelanggan. Menurut Kotler (2007) Kualitas dapat juga didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Cateora dan Graham (2007: 39), menurut mereka mutu (*quality*) dibedakan kedalam dua dimensi : kualitas dari perspektif pasar dan kualitas kinerja.

Keduanya merupakan konsep penting, namun pandangan konsumen atas kualitas produk lebih banyak berhubungan dengan kualitas dari perspektif pasar dibandingkan dengan kualitas hasil. Christina (2004), mutu secara umum dapat diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan satu atau lebih karakteristik yang diharapkan terdapat dalam barang atau jasa tertentu. W. Edwards Deming (1982), Bapak pemikir mutu modern. Mutu adalah pemecahan masalah untuk mencapai penyempurnaan terus-menerus. Pendekatan deming merupakan pendekatan secara bottom up. Kualitas harus bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan sekarang dan yang akan datang. (Perbendaharaan istilah ISO 8402 dan dari Standar Nasional Indonesia 19-8402-1991).

Philip B. Crosby (1979:58) mendefinisikan mutu sebagai (*conformance requirement of specification*), yaitu sesuai dengan persyaratan yang telah distandarkan. Suatu produk atau layanan dikatakan bermutu mana kala sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan, meliputi mutu input, proses, dan output. Sedangkan Badan Standarisasi Nasional (BSN) (2008) mengartikan mutu sebagai derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa mutu merupakan kesesuaian antara produk yang dihasilkan dengan persyaratan yang diinginkan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan bisa terwujud dan tujuan organisasi dapat tercapai. Meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas/ mutu yang diterima secara universal, namun dari beberapa definisi kualitas menurut para ahli di atas terdapat beberapa persamaan, yaitu dalam elemen-elemen sebagai berikut (M. N. Nasution, 2005:3):

- a. Kualitas mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas mencakup produk, tenaga kerja, proses dan lingkungan.
- c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

2. Dimensi Mutu

Mutu bisa diukur dengan beberapa dimensi, sehingga dengan dimensi ini bisa dianalisis apakah suatu produk itu bermutu ataukah tidak. Menurut Garvin dalam M.N. Nasution (2001), menyatakan bahwa ada delapan dimensi mutu yaitu :

1. Performa (*performance*) berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk
2. Features, merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan dan pengembangannya
3. Kehandalan (*realibility*), berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu

4. Konformansi (conformance), berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan
5. Daya tahan (durability), merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan produk itu
6. Kemampuan pelayanan (service ability), merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan/kesopanan, kompetensi kemudahan serta akurasi dalam perbaikan
7. Estetika (aesthetics), merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subjektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi atau pilihan individual
8. Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality), bersifat subyektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk, seperti meningkatkan harga diri

Jadi kesimpulannya sangat sederhana: produk berkualitas, konsumen puas, produk akan laku, dan keuntungan meningkat. Oleh karena itu mutu dalam suatu perusahaan atau barang dan jasa yang ditawarkan sangat penting.

Perguruan Tinggi

Perguruan Tinggi merupakan satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi, melakukan penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat. Hal ini yang sering disebut TriDarma Perguruan Tinggi yang merupakan ciri khas perguruan tinggi. Setiap perguruan tinggi mengemban tugas melaksanakan TriDarma ini tanpa berat sebelah. Pendidikan tinggi merupakan kegiatan dalam upaya menghasilkan manusia terdidik seperti kriteria yang telah disebutkan di atas. Penelitian merupakan untuk mengembangkan kebudayaan, ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni. Sedangkan pengabdian kepada masyarakat merupakan aplikasi dari kegiatan pendidikan/pengajaran dan penemuan hasil penelitian dalam upaya memberikan sumbangan demi kemajuan masyarakat.

Pendidikan tinggi ini terdiri dari pendidikan akademik dan pendidikan profesional. Pendidikan akademik merupakan pendidikan yang diarahkan terutama pada penguasaan ilmu pengetahuan yang meliputi perguruan tinggi yang berbentuk Sekolah Tinggi, Institut, dan Universitas. Sedangkan pendidikan profesional merupakan pendidikan yang diarahkan terutama pada kesiapan penerapan keahlian tertentu. Hanya bedanya pendidikan profesional ini lebih fleksibel yaitu dapat diselenggarakan oleh semua bentuk perguruan tinggi.

Dengan demikian, peranan perguruan tinggi menjadi sangat dominan. Pendidikan tinggi harus bisa diharapkan benar-benar berfungsi sebagai wahana penyiapan sumber daya manusia yang benar-benar berkualitas. Dari beberapa pendapat di atas dapat dilihat bahwa pokok-pokok penting pendidikan tinggi dan perguruan tinggi antara lain: Pendidikan tinggi merupakan pendidikan pada jalur pendidikan sekolah pada tingkat atau lanjutan yang lebih tinggi dari pendidikan sekolah

menengah. Sedangkan perguruan tinggi merupakan satuan pendidikan yang menyelenggarakan dan melaksanakan pendidikan tinggi tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sangatlah tidak masuk akal apabila pendidikan tinggi pada perguruan tinggi terjadi secara instan melalui terobosan- terobosan yang menghasilkan lulusan yang sifatnya kilat. Lembaga pendidikan tinggi yang bergerak secara instan inilah yang nanti menghasilkan keluaran atau lulusan yang dapat dipastikan tidak siap dalam mengimplementasikan keilmuannya pada saat memasuki dunia kerja nantinya, karena keluaran secara instan tersebut dapat dianalogikan sebagai seorang bayi premature yang seharusnya dalam proses kelahiran. Oleh sebab itu dikhawatirkan lulusan pendidikan tinggi seperti itu hanya akan menambah keterpurukan pendidikan bangsa ini.

1. Perguruan Tinggi sebagai Organisasi Jasa atau Pelayanan

Alma et. al. mengungkapkan jasa atau pelayanan merupakan aktivitas atau suatu manfaat yang dapat ditawarkan oleh seseorang atau kelompok kepada kelompok atau orang lainnya dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan.

Supranto menyatakan jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan agar pelanggan atau stakeholders dapat berpartisipasi dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dari batasan tersebut di atas dapat dikatakan bahwa jasa pelayanan adalah usaha atau kegiatan yang dilakukan untuk menghasilkan sesuatu yang tidak berwujud, namun dapat dinikmati. Keluaran dari usaha ini tidak dapat dilihat dan diraba. Dengan demikian, jelas bahwa perguruan tinggi dapat dikategorikan sebagai suatu lembaga yang termasuk kategori pemberi pelayanan jasa, sehingga apa bila ingin dilihat kinerjanya berasal dari mutu pelayanan yang dilakukannya.

Dari pendapat tersebut diatas dapat penulis menarik kesimpulan bahwa lembaga perguruan tinggi dikelompokkan ke dalam jasa administrasi umum. Ia memberikan jasa pelayanan pendidikan antara lain perkuliahan yang disajikan kepada mahasiswa sebagai konsumen primernya. Jasa perguruan tinggi merupakan penghasil ilmu pengetahuan yang menawarkan kegiatan dalam upaya menghasilkan manusia terdidik yang diarahkan terutama pada penguasaan ilmu pengetahuan, penelitian dalam upaya menemukan kebenaran dan atau menyelesaikan masalah dalam ilmu pengetahuan, teknologi, dan atau kesenian serta pengabdian masyarakat yang merupakan kegiatan yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dalam upaya memberi kontribusi keilmuan demi kemajuan masyarakat seperti yang terangkum dalam istilah TriDarma Perguruan Tinggi.

Untuk mempertegas kenyataan tersebut Tjiptono menyatakan terdapat empat karakteristik jasa antara lain:

- a. Tidak berwujud (*intangibile*) yaitu Jasa bersifat intangible artinya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum tersebut

- dibeli.
- b. Tidak terpisahkan (*inseparable*) yaitu Barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa dilain pihak umumnya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.
 - c. Variabilitas (*variability*) yaitu Jasa bersifat sangat variable karena merupakan non standardized outputnya, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
 - d. Tidak tahan lama (*perishability*) Yaitu Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.
 - e. *Lack of ownership* merupakan perbedaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, pelanggan atau stakeholders memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka bias mengkonsumsi, menyimpan, atau menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa, pelanggan mungkin hanya memiliki akses personal atas suatu jasa untuk jangka waktu yang terbatas (misalnya kamar hotel, bioskop, jasa penerbangan dan pendidikan).

Kotler mengatakan bahwa jasa yang diberikan kepada konsumen mengandung karakteristik:

- a. Intangibility (tidakberwujud), artinya adalah bahwa suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan tidak dapat dilihat, didengar atau dicium sebelum membelinya, misalnya pasien dalam kantor psikiater tidak dapat diramalkan hasil yang akan terjadi dari terapi pasien sebelumnya
- b. Inseparability (tidak dapat dipisahkan), artinya adalah bahwa pada umumnya jasa dikonsumsi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut, dan hal ini tidak berlaku bagi barang fisik yang diproduksi, ditempatkan pada persediaan dan didistribusikan ke pengecer dan akhirnya dikonsumsi.
- c. Variability (bervariasi), artinya bahwa barang jasa yang sesungguhnya sangat mudah berubah-ubah, karena jasa tergantung pada siapa yang menyajikan dan dimanadisajikan. Pembeli akanberhati-hati terhadap keragaman ini dan sering kali membicarakannya dengan yang lain sebelum memilih seseorang penyedia jasa.

Pada sisi lain Kottler memberikan empat karakteristik batasan-batasan untuk jenis-jenis pelayanan jasa sebagai berikut:

- a. Jasa berbeda berdasarkan basis peralatan (*equipmentbased*) atau basis orang (*people based*) dimana jasa berbasis orang berbeda dari segi penyediaannya, yaitu pekerja tidak terlatih, terlatih, dan profesional;
- b. Beberapa jenis jasa adalah yang memerlukan kehadiran dari klien;
- c. Jasa juga dibedakan dalam memenuhi kebutuhan perorangan; dan
- d. Jasa yang dibedakan atas tujuannya, yaitu laba atau nirlaba dan

kepemilikannya swasta atau publik.

Ketika memperhatikan batasan dan karakteristik yang diutarakan di atas, tidak menutup kemungkinan bahwa dunia pendidikan tinggi dan perguruan tinggi termasuk dalam kategori bagian dari batasan-batasan tadi. Dengan demikian, lembaga pendidikan tinggi dapat dikelompokkan sebagai lembaga pemberi jasa kepada para pelanggan atau stakeholders, yang dalam hal ini yaitu pelajar atau mahasiswa yang melaksanakan studi di perguruan tinggi. Oleh sebab itu para mahasiswa pada khususnya berhak untuk memberikan penilaian-penilaian tentang pendidikan tinggi tersebut apakah benar-benar bermutu atau tidak bermutu suatu lembaga pendidikan tinggi tersebut.

2. Pelanggan atau Stakeholders Perguruan Tinggi

Pada saat mendengar kata pelanggan atau stakeholders, kebanyakan orang mengasosiasikannya dengan pembeli, sehingga pengertian ini menjadi sempit. Kata pelanggan atau stakeholders memiliki arti yang sangat luas, pelanggan atau stakeholders mencakup mereka yang memperoleh manfaat dari suatu kegiatan baik produksi maupun jasa. Implikasi dari adanya berbagai macam variasi antara barang dan jasa akan terasa sulit untuk merealisasikan jasa tanpa melakukan pembedaan lebih lanjut. Sejauh ini telah banyak ahli yang mengemukakan macam-macam jasa, dimana setiap para ahli tersebut menggunakan dasar pembeda tentang macam-macam jasa dengan sudut pandangnya sendiri-sendiri. Secara garis besar, pengelompokan jasa dapat dibedakan menjadi lima macam antara lain: (1). Barang berwujud murni artinya adalah bahwa barang tersebut hanya terdiri dari barang berwujud saja, misalnya sabun, pastagigi, dan lain sebagainya. (2). Barang berwujud yang disertai jasa, artinya adalah bahwa barang terdiri dari barang yang berwujud disertai dengan beberapa jasa lain untuk mempertinggi daya tarik pelanggan atau stakeholders. (3). Campuran, maksudnya yaitu barang tersebut terdiri dari barang dan pelayanan dengan proporsi yang sama antara keduanya. (4). Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan, barang disini terdiri dari jasa utama dengan jasa tambahan dan atau barang lengkap. (5). Jasa murni, disini hanya terdiri dari jasa seperti jasa menjaga bayi, psikoterapi.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pelanggan atau stakeholders dapat dikelompokkan atas pembeli untuk kegiatan jual beli barang atau jasa perusahaan, dalam porsi lembaga pendidikan pelanggan atau stakeholders yang dimaksud yaitu peserta didik atau mahasiswa termasuk didalamnya yaitu saudara dan juga orangtua, pelanggan atau stakeholders termasuk juga pengusaha, kemudian pemerintah untuk kegiatan di bidang pendidikan, penumpang-wisatawan pada layanan seperti angkutan, pariwisata- hiburan-perjalanan, dan bidang pariwisata. Dalam kajian tentang kepuasan mahasiswa, pengertian mahasiswa yang digunakan adalah pengertian yang dibatasi seperti yang sudah disebutkan di atas. Dapat dikatakan bahwa mahasiswa merupakan orang atau siswa berpendidikan tinggi yang melaksanakan proses belajar mengajar di

perguruan tinggi.

Untuk itu, perhatian dipusatkan pada bagaimana mengukur kepuasan darimereka yang dilayani,atau dalam lingkungan suatu lembaga pendidikan perguruan tinggi. Karena kepuasan mereka merupakan misi yang harus diwujudkan apabila kegiatan tersebut ingin diterima dan berkembang di perguruan tinggi. Kesadaran tentang pentingnya pendidikan saat ini, telah mendorong berbagai upaya dan perhatian seluruh lapisan perguruan tinggi terhadap setiap gerak langkah dan perkembangan dunia pendidikan. Dalam dunia yang penuh persaingan ini, kepuasan pelanggan atau stakeholders merupakan faktor penentu untuk merebut keunggulan dalam bersaing.

Dalam mendefinisikan produk perguruan tinggi dan siapa pelanggan atau stakeholders perguruan tinggi tidaklah mudah. Kalau kita mengatakan bahwa produk perguruan tinggi adalah ilmu pengetahuan dan pendidikan, maka pengguna produk yaitu mahasiswa sebagai pelanggan atau stakeholders nya. Namun kalau kita mengatakan bahwa produk perguruan tinggi itu sarjana lulusannya, maka pengguna produk, yaitu masyarakat luas khususnya dunia industri, pemerintahan termasuk pelanggan atau stakeholders-nya.

Pelanggan atau stakeholders adalah mereka yang memanfaatkan hasil dari suatu badan, perusahaan, institusi atau sering juga disebut sebagai orang yang mau membelanjakan uangnya untuk membeli suatu yang ditawarkan oleh suatu badan. Indrajit dan Djokopranoto mengemukakan pelanggan atau stakeholders universitas adalah mahasiswa dan masyarakat pengguna lulusan universitas serta calon pelanggan atau stakeholders termasuk orangtua, adik-adik mahasiswa, dan murid-murid sekolah tingkat menengah atas. Dengan demikian, mahasiswa atau stakeholders sebagai orang yang mengambil manfaat dari jasa yang diberikan lembaga pendidikan dapat dikategorikan sebagai pelanggan atau stakeholders lembaga pendidikan tinggi.

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan atau Stakeholders

Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan atau stakeholders adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Mowen dalam Tjiptono mengatakan kepuasan pelanggan atau stakeholders adalah sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (acquisition) pemakaiannya. Dengan kata lain pelanggan atau stakeholders merupakan penilaian evaluatif purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik. Terdapat kesamaan diantara beberapa definisi di atas yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan atau stakeholders antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Pada umumnya harapan pelanggan atau stakeholders merupakan suatu perkiraan atau keyakinan stakeholders tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi barang atau jasa.

Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan atau stakeholders terhadap apa yang diterimanya setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang telah dibeli.

Apabila dilihat dari sudut pemakai jasa pelayanan perguruan tinggi, maka harapan adalah keinginan untuk mendapatkan lulusan yang siap memasuki dunia mereka, sedangkan persepsi adalah apa yang dilihat, dialami atas hasil kerja lulusan perguruan tinggi.

Metode Penelitian

A. Tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian sebagai berikut :

1. Mencari dan menemukan fenomena penelitian berupa data tentang Persepsi dunia perbankan tentang mutu lulusan perguruan tinggi di Makassar, khususnya sarjana ekonomi
2. Merumuskan masalah penelitian, merumuskan tujuan dan kegunaan penelitian,
3. Mencari literatur dalam bentuk buku , jurnal ilmiah, artikel sebagai sumber teori untuk mendukung masalah penelitian dan hipotesis
4. Mengumpulkan data dengan menggunakan teknik kuesioner dan wawancara
5. Melakukan analisis data dengan analisis deskriptif dan statistik
6. Interpretasi hasil penelitian

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank pemerintah, Bank Pemerintah Daerah, Bank Asing dan campuran, dan Bank swasta Nasional yang ada di Kota Makassar

C. Variabel yang diamati/diukur

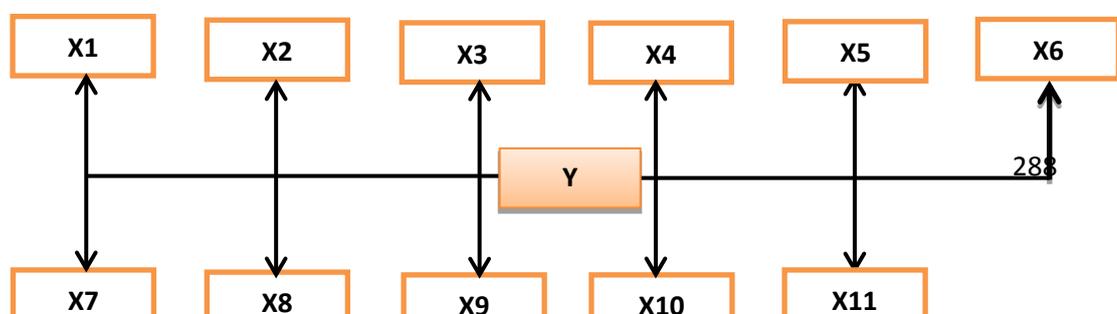
Variabel dalam penelitian ini adalah Mutu Lulusan Perguruan Tinggi sebagai variabel dependen yang terdiri dari 11 dimensi mutu Garvin dalam M.N. Nasution (2001), yaitu: Keterampilan Praktis (X1), Keterampilan manjerial (X2), Soft Skill (X3), Performa (X4), Features (X5), Keahlian (X6), Konformansi (X7), Daya Tahan (X8), Kemampuan Pelayanan (X9), Estetika (X10), Kualitas (X11) dan Persepsi Dunia Perbankan sebagai variabel independen. Variabel-variabel tersebut diukur dengan **skala Likert**.

D. Model Yang Digunakan

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model penelitian Linear Berganda, yaitu suatu model penelitian yang terdiri dari satu variabel independen dan beberapa variabel dependen. Model penelitian ini merupakan model penelitian kausal yaitu untuk mengetahui hubungan sebab akibat dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Model penelitian ini dapat dibuat dalam bentuk gambar 2 sebagai berikut :

Gambar 2. Model Penelitian



Keterangan :

(Dependen) Y : Variabel Persepsi Dunia Perbankan
X : Variabel Mutu Lulusan (Independen)

E. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan Jenis penelitian eksploratif verifikatif dengan metode survey

Periode waktu yang digunakan adalah *cross section* yaitu sebuah studi yang dilakukan dengan data yang hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan atau bulanan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran, 2006).

Focus pengamatan dalam penelitian ini adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai obyek penelitian. Berdasarkan pemahaman tersebut dan focus penelitian ini adalah Kantor cabang utama bank – bank yang ada di wilayah kota Makassar

Populasi. populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kantor cabang utama bank yang ada di kota Makassar sebanyak 35 Bank

Sampel. Metode penentuan sampel menggunakan probabilitas sampling dengan teknik sampel jenuh

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi. mengadakan pengamatan secara langsung atas segala hal-hal yang berhubungan dengan objek penelitian untuk mendapatkan data-data lain yang dapat melengkapi hasil penelitian
2. Kuesioner. menyebarkan daftar pertanyaan untuk memperoleh data yang bersifat kuantitatif. Dalam kuesioner tersebut akan dicantumkan item pertanyaan-pertanyaan, dimana setiap item disediakan lima alternative jawaban dengan menggunakan skala likert, sehingga responden hanya memilih salah satu alternative jawaban sesuai dengan kenyataan
3. Wawancara. dilakukan kepada pihak – pihak yang dianggap memahami permasalahan yang akan ditanyakan yaitu Manajer Human Resources and Development (HRD) atau sejenisnya yang menjadi responden
4. Studi Kepustakaan. mengumpulkan bahan-bahan dan data tertulis berupa buku, literature, bulletin, jurnal ilmiah, makalah ilmiah, Undang-undang, peraturan-peraturan, data statistic, dokumentasi, arsip dan informasi tertulis lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini

G. Analisis Data

Teknik yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan metode skoring guna memberikan gambaran tentang persepsi Dunia perbankan terhadap mutu lulusan perguruan tinggi. Metode skoring adalah menjumlahkan setiap skor yang diperoleh berdasarkan item pertanyaan, dimensi dan secara keseluruhan sehingga akan diperoleh data penelitian yang diharapkan. Data tersebut berupa angka yang kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif dengan batasan-batasan yang didasarkan pada nilai minimum dan maksimum skor responden.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan pada 35 kantor cabang utama perbankan yang ada di kota Makassar yang terdiri dari Bank pemerintah 5 kantor cabang utama, Bank Swasta nasional 26 kantor cabang utama, dan Bank Asing campuran 4 kantor cabang utama.

Dari 35 bank yang diberikan kuesioner hanya 21 kantor cabang utama yang melakukan pengisian kuesioner dan 14 yang tidak melakukan pengisian mengembalikan kuesioner tersebut dalam keadaan kosong, dengan berbagai alasan antara lain; tidak mendapatkan izin dari kantor pusat di Jakarta, tidak melayani penelitian, tidak adanya rekomendasi penelitian dari Bank Indonesia Kantor Cabang Makassar

Identitas responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dikelompokkan menurut jenis kelamin yaitu Pria (45%) dan Wanita (55%), usia 25 - 55 tahun dan jabatan.

Dalam menentukan skala dan kategori persepsi responden terhadap variabel yang diteliti. Peneliti menggunakan Interval Skoring dari 0.5 (sangat tidak baik) hingga 5.0 (sangat baik)

Untuk melihat persepsi responden terhadap kemampuan lulusan sarjana ekonomi di kotga makassar dengan mengukur indikator-indikator dan juga penghitungan skor bagi variabel Keterampilan Praktis (X1), Keterampilan Manajerial (X2), Soft Skill (X3), Performa (X4), Features (X5), Kehandalan/Realibility (X6), Konformansi/conformance (X7), Dayan Tahan/Durability (X8), Kemampuan Pelayanan/service ability (X9), maka dapat dilihat sebagai berikut :

a. Keterampilan Praktis

Kemampuan melakukan interpretasi hasil analisa menggunakan software, Kemampuan penggunaan informasi eksternal perusahaan dalam mengambil keputusan, Kemampuan dalam melaksanakan kegiatan yang bersifat efisiensi, Kemampuan melaksanakan tugas khusus (wewenang & tanggungjawab) dari pimpinan, dan Kemampuan melihat perkembangan teknologi dalam memperbaiki kualitas pekerjaan dengan *nilai baik*.

b. Keterampilan Manajerial

Responden mempersepsikan Secara Variatif dari 5 pertanyaan responden memberikan jawaban dengan sebaran bobot penilaian 3 Sangat baik, 55 Baik, 43 Cukup Baik dan 4 tidak baik.

c. Keterampilan Soft Skill

Responden rata-rata Mempersepsikan memiliki Kemampuan berkomunikasi dengan rekan kerja satu unit/tim, Kemampuan melaksanakan tugas insidental dalam satu tim, Kemampuan adaptasi dengan perubahan dalam lingkungan kerja, Kemampuan inovasi dan bertindak proaktif dalam bekerja, Kemampuan menentukan skala prioritas dalam bekerja, Kemampuan menyajikan hasil kerja secara tertulis, Kemampuan menganalisa situasi dan pekerjaan, Kemampuan menggunakan logika dalam mengelola pekerjaan (Soft Skill) dan mayoritas Responden memberikan Predikat Baik **(3.8)** terhadap Soft Skill lulusan Sarjana ekonomi.

d. Kemampuan Performa

Pengaruh IPK (disiplin ilmu), Kepercayaan Diri, Kedisiplinan dan Kemampuan bekerja sangat dianggap penting oleh responden untuk menunjang Performa lulusan Sarjana Ekonomi. hal tersebut ditunjang dengan skor rata-rata **3.6 (baik)** yang diberikan oleh para responden.

e. Kemampuan Features

Persepsi responden terhadap Kemampuan Features mempersepsikannya Secara beragam jawaban dari 4 pertanyaan, 21 responden lebih dominan memilih jawaban **Baik (B)** dibanding pilihan jawaban SB, CB, TB sedangkan pilihan jawaban STB dari 21 responden tidak ada satupun responden memilih pilihan jawaban tersebut.

f. Kemampuan Kehandalan/Realibility

Mayoritas Responden mempersepsikan Kehandalan / realibility lulusan sarjana ekonomi memiliki Kemampuan menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja, Komitmen/kemauan/kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaan yang dibebankan, Inisiatif/kreatif yang tinggi dalam mengembangkan suatu keputusan tentang tugas yang di berikan, Ketekunan dalam bekerja, Kecakapan kerja, Kedisiplinan yang tinggi, patuh dan taat mengikuti segala peraturan dan ketentuan yang berlaku, Motivasi berprestasi, Kemampuan bekerja sama, Tanggung jawab yang tinggi terhadap pekerjaan yang diberikan, Kemampuan berkomunikasi dengan baik dan predikat **baik (3.7)** menjadi pilihan jawaban rata-rata oleh Responden.

g. Kemampuan Konformasi/Conformance

Mayoritas Responden mempersepsikan Konformasi / conformance lulusan sarjana ekonomi **Baik (3.6)** walaupun 2 responden dari 21 responden memilih pilihan jawaban TB (Tidak Baik) dan 4 responden memilih pilihan jawaban CB (Cukup Baik)

h. Kemampuan Daya Tahan/Durability

persepsi responden terhadap kemampuan Daya Tahan / durability. Responden Mempersepsikan Daya tahan selama bekerja/lama bekerja dengan Predikat baik hal tersebut dibuktikan dengan skor 3.7 yang diberikan oleh responden

i. Kemampuan Pelayanan

Persepsi responden terhadap kemampuan pelayanan, mayoritas Responden mempersepsikan **Baik (3.8)** hal tersebut diasumsikan dengan skor rata-rata yang diberikan responden.

Perbandingan Mutu lulusan Berdasarkan Persepsi Responden

Berdasarkan hasil olahan data didapatkan fakta bahwa persepsi dunia perbankan tentang mutu lulusan perguruan tinggi khususnya lulusan dapat dilihat sebagai berikut :

1. Daya Tahan (durability)

sarjana ekonomi lebih baik dibandingkan dengan mutu lulusan perguruan tinggi secara umum dengan selisih 0.1 poin. Daya tahan (durability) yang dimiliki para lulusan tersebut merupakan indicator yang paling baik mutunya dibandingkan dengan indicator lainnya. Untuk lulusan sarjana secara umum masih ada beberapa indicator yang dianggap kurang atau cukup baik antara lain; Keterampilan praktik, keterampilan manajerial, features, dan konformansi. Sedangkan khusus lulusan sarjana ekonomi indicator keterampilan manajerial yang dirasakan masih kurang atau cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat secara jelas tentang bagaimana persepsi dunia perbankan terhadap mutu sarjana lulusan perguruan tinggi secara umum, dan sarjana lulusan fakultas ekonomi khususnya

2. Kemampuan Pelayanan

Sarjana Ekonomi masih lebih baik dengan poin sebesar 3.8 dibanding dengan lulusan perguruan tinggi secara umum yaitu 3.7, walaupun poin tersebut termasuk dalam kategori Baik, meski demikian bukan berarti para sarjana ekonomi tidak memiliki kelemahan, salah satunya dari sisi konformansi yang dimiliki alumninya, khususnya kemampuan berprestasi yang masih rendah, ide yang masih kurang. wawasan dan kreatifitas yang sama halnya bagi para lulusan perguruan tinggi secara umum, tetapi melihat rata-ratanya nampak kelihatan bahwa mutu lulusan Sarjana ekonomi masih lebih unggul dibanding dengan lulusan perguruan tinggi secara umum

3. Keterampilan manajerial

secara umum nampak bahwa mutu kedua lulusan tersebut sama dari keterampilan manajerialnya nampak bahwa mutu lulusan khususnya sarjana ekonomi juga masih unggul dari segi Soft Skill yang dimilikinya.

4. Performa

Berdasarkan performa antara lain; IPK, Kepercayaan Diri, Kedisiplinan, Kemampuan bekerja, Program Studi, Perguruan Tinggi asal nampak bahwa keduanya memiliki mutu yang sama baiknya dari segi performa yang ditampilkannya.

5. Features

Features merupakan kemampuan yang dimiliki oleh lulusan yang terdiri dari kemampuan wawasan yang luas terkait dengan pekerjaan yang digelutinya, serta senantiasa memiliki banyak ide-ide yang cemerlang dalam pekerjaannya., mempunyai daya kreatifitas yang cukup prestasi yang cukup menonjol dibanding dengan alumni perguruan tinggi lainnya.

nampak bahwa mutu lulusan sarjana ekonomi khususnya masih lebih baik dari segi features yang dimilikinya dengan selisih 0.2 poin

6. Keandalan/reability

Nampak mutu kedua lulusan sama dari segi Keandalan/Reability.

7. Konformansi

Nampak bahwa mutu lulusan sarjana ekonomi khususnya masih lebih baik dari segi kemampuan konformansi yaitu Kesesuaian Keahlian dengan kebutuhan tenaga kerja

8. Daya Tahan/Durability

Lulusan Perguruan tinggi khususnya sarjana ekonomi (4.0) masih lebih baik dibanding lulusan perguruan tinggi secara umum (3.5) dari segi daya tahan

9. Kemampuan Pelayanan

Kemampuan Pelayanan yang meliputi : Kecepatan dalam melayani, Kesopanan dalam melayani, serta Akurat dalam memberikan informasi Terhadap Mutu Lulusan Sarjana (secara umum) dengan Lulusan Sarjana Ekonomi di Kota Makassar nampak bahwa lulusan sarjana ekonomi khususnya lebih baik dari segi Kemampuan Pelayanan.

10. Estetika

Estetika adalah penampilan yang dimiliki seseorang, seperti Sikap dan Prilaku, serta Kecakapan berkomunikasi, ternyata dari sisi penampilan dunia perbankan mempersepsikan baik bagi penampilan lulusan sarjana di kota Makassar dengan nilai persepsi sebesar 3.7 Penampilan fisik

11. Kualitas

Kualitas adalah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk meningkatkan citra perusahaan dan tingkat produktivitas yang dimiliki. Berdasarkan perbandingan antara sarjana ekonomi khususnya dengan perguruan tinggi secara khusus ternyata dunia perbankan mempersepsikan sama lebih baik dengan poin sebesar 3.8

KESIMPULAN

1. Persepsi dunia perbankan tentang mutu lulusan sarjana ekonomi lebih baik dengan nilai persepsi 3.7 dari mutu lulusan perguruan tinggi secara umum dengan nilai persepsi 3.6
2. Masih rendahnya nilai mutu para lulusan, baik lulusan perguruan tinggi secara umum maupun sarjana ekonomi khususnya dari kemampuan manajerial khususnya kemampuan menganalisa informasi dengan menggunakan software dengan nilai persepsi masing-masing 3.5
3. Dunia perbankan memberikan penilaian mutu yang baik terhadap daya tahan/durability selama bekerja bagi para lulusan Perguruan Tinggi secara khusus (Sarjana Ekonomi) dengan nilai persepsi 4.0 di banding Para lulusan Perguruan Tinggi secara umum dengan nilai persepsi 3.5

DAFTAR PUSTAKA

- Adhyaksa, Atma, Rusgiyono, Agus, 2010. *Persepsi Dunia Kerja Terhadap Lulusan Fresh Graduate S1 Menggunakan Multidimnesional Unfolding (Studi Kasus: Dunia Usaha Di kabupaten Batang)*, Jurnal Media Statistika, Vol. 3, No.1, Juni 2010: 49-57
- Alma, Buchari, 2008, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Fokus Pda Mutu dan Layan Prima, Alfabeta, Bandung
- Arikunto, Suharsini, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta, Rineka Cipta
- Darmawan, Deni., Cynthia, Riche., Andayani, Dian, Bahan Presentase *Komunikasi Intrapersonal*, FIP, UPI, Bandung
- Eriyanto, dkk., 2009, *Bagaimana Merancang dan Membuat Survei Opini Publik*, AROPI, Jakarta.
- Eric Wibisono, *Tinjauan atas paradigma kualitas dalam pendidikan tinggi Indonesia*, Jurnal Unitas, vol 7 No 2 Maret – agustus 1999, 72-81)
- Herabudin, 2009, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, Pustaka Setia, Bandung
- Indrajit, Eko.H, Djokopranoto, *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Prenhallindo, Jakarta
- Maramis, W.F, 2004, *Catatan Ilmu Kedokteran Jiwa*. Surabaya, Airlangga University Press
- Ramadhan, Fauzi, Ben, 2009, *Tesis Gambaran Persepsi Keselamatan Berkendara Sepeda Motor Pada Siswa/i Sekolah Menengah Atas di Kota Bogor*
- Sekaran, Uma, 2003, *Research Methods For Business : Metodologi Penelitian Bisnis*, Buku Satu, Terjemahan Kwan Men Yon, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Statistik, Biro Pusat Sulsel, 2013, *Statistik Kota Makassar Tahun 2013*
- Sugiyono, 2008, *Statistik Untuk Penelitian*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

- Supranto, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Untuk menaikkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta
- Thoha, Miftah, *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1994
- Tjiptono Fandy, 2006, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing, Malang
- Tjiptono, Fandy. Chandra, Gregorius, 2005, *Service, Quality & Satisfaction*, Andi, Yogyakarta
- Walgito, Bimo, 2002, *Psikologi Sosial*, Yogyakarta : Andi offset