

# Analysis of student and student interest in the Darmajaya IIB management study program (S1) Concentration in Bandar Lampung

Muhammad Saputra\*

*IIB Darmajaya, Bandar Lampung, Indonesia*

Aswin

*IIB Darmajaya, Bandar Lampung, Indonesia*

Analysis of  
student and  
student interest

1

Diterima 29 Mei 2019  
Direvisi 20 Juni 2019  
Disetujui 25 Juli 2019

## Abstract

**Purpose** – The aim to be achieved in this research is to study the interests of prospective students and students at the concentration of management study program (S1) Darmajaya IIB in Bandar Lampung.

**Design/methodology/approach** – This research is a descriptive research. This research used questionnaire to collect data from 2387 sample consist of Darmajaya 3rd and 5th semester students and external respondents namely SMA / K and MA / I students in 47 schools spread across Bandar Lampung.

**Findings** – Based on the results of the distribution of questionnaires conducted and the results of the analysis, obtained information for opening a new concentration of management study program IIB Darmajaya, the recommendation for opening the concentration is the concentration of Hospitality Management, Strategy Management, Operations Management

**Originality/value** – This research specifically to support IIB Darmajaya to increase the number of students in this college.

**Keywords** Interest, IIB Darmajaya, Bandar Lampung

**Paper type** Research paper

## 1. Pendahuluan

Tuntutan lapangan pekerjaan sangat beragam, sejalan dengan perkembangan kebutuhan pasar di era globalisasi dan perdagangan bebas. Peran perguruan tinggi sangat strategis dalam menghasilkan lulusan yang profesional. Perguruan tinggi harus lebih terbuka dan fleksibel dan mampu mengakomodir serta menyediakan kesempatan untuk menghasilkan para profesional dalam berbagai bidang ilmu tertentu. Lulusan perguruan tinggi yang profesional merupakan cerminan kualitas suatu sistem pendidikan perguruan tinggi.

**JAAB**  
JOURNAL OF APPLIED ACCOUNTING  
AND BUSINESS

Journal of Applied  
Accounting and Business  
Vol. 1 No. 1, 2019

\* Corresponding Author:  
E-mail: muhammadsaputra@darmajaya.ac.id

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya atau IIB Darmajaya merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Bandar Lampung. Berdiri sejak tahun 1998, IIB Darmajaya berkembang menjadi PTS yang memiliki beberapa Program pendidikan mulai dari Diploma, Sarjana hingga Program Pascasarjana. Menjalankan kegiatan sebagai lembaga institusi pendidikan IIB Darmajaya setiap tahun menerima pendaftaran mahasiswa baru untuk masing masing program studi.

Pada tahun 2018, jumlah keseluruhan mahasiswa baru IIB Darmajaya berjumlah 1226 mahasiwa. Berdasarkan grafik penerimaan mahasiswa baru di IIB Darmajaya, Program studi S1 Manajemen menjadi program studi yang banyak dipilih oleh mahasiswa baru untuk studi lanjut ke jenjang strata 1 (satu) dengan jumlah mahasiswa baru sebanyak 550 Mahasiswa. Peminatan calon mahaiswa baru terhadap program studi Manajemen sangat besar terlihat pada perkembangan jumlah mahasiswa. Saat ini tercatat sebanyak 2.014 mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Program studi Manajemen (S1). Mencetak tenaga profesional yang ahli dalam bidang keilmuan, Program Studi Manajemen memiliki ilmu konstrasi antara lain Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, Manajemen SDM. Upaya pengembangan terus dilakukan untuk menghasilkan lulusan yang memiliki profesionalitas dalam menekan angka pengangguran pasca menempuh pendidikan di perguruan tinggi dengan memperhatikan kebutuhan pasar dan pemilihan konsentrasi berdasarkan minat mahasiswa pada bidang konsentrasi

Melihat data kondisi banyaknya mahasiswa baru yang mendaftar pada program studi Manajemen IIB Darmajaya dengan tren peningkatan jumlah mahasiswa program studi Manajemen IIB Darmajaya dalam 5 (Lima) tahun terakhir, namun belum terimbangi dengan perkembangan jumlah bidang konsentrasi keilmuan yang masih yang saat ini masih terbatas pada 3 (Tiga) konsentarsi antara lain: Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia. Inovasi perlu dilakukan demi menciptakan meningkatkan kualitas lulusan. Mengetahui minat, kemampuan dan potensi diri dan cita-cita yang akan di capai oleh mahasiswa, Program Studi Manajemen dapat mencetak lulusan yang memilki keahlian dan profesionalisme dalam bekerja.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui Minat calon mahasiswa dan mahasiswa pada konsentrasi program studi manajemen (S1) IIB Darmajaya di Bandar Lampung. Penelitian ini memiliki beberapa manfaat antara lain Analisis Minat Calon Mahasiswa dan Mahasiswa pada Konsentasi Program Studi Manajemen (S1) IIB Darmajaya di Bandar Lampung dapat digunakan

sebagai bahan promosi program studi manajemen (S1) IIB Darmajaya. Analisis Minat Calon Mahasiswa dan Mahasiswa pada Konsentasi Program Studi Manajemen (S1) IIB Darmajaya di Bandar Lampung dapat digunakan untuk mencetak lulusan yang memiliki profesionalisme yang disesuaikan dengan kebutuhan dunia kerja.

## **2. Landasan Teori**

### **2.1 . Minat Beli**

Menurut Ferdinand (2002:126-127), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Terdapat perbedaan antara pembelian actual dan minat pembelian. Bila pembelian aktual adalah pembelian yang benar-benar dilakukan oleh konsumen itu sendiri sehingga terjadinya proses pembelian, maka minat pembelian adalah niat untuk melakukan pembelian pada saat proses pembelian dan kesempatan mendatang. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Albari (2010:119), menyatakan bahwa motivasi sebagai kekuatan dorongan dari dalam diri individu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan. “Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap obyek tertentu, maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai produk tersebut.” Sebaliknya jika motivasinya rendah, maka dia akan mencoba untuk menghindari obyek yang bersangkutan. Implikasinya dalam pemasaran adalah untuk kemungkinan orang tersebut berminat untuk membeli produk atau merek yang ditawarkan pemasaran atau tidak. Oleh karena itu, minat beli adalah serangkaian kegiatan individu sebelum tindakan pembelian yang timbul dari sebuah keinginan atau motivasi untuk menguasai suatu objek tertentu.

### **2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli**

Kotler, Bowen dan Makens dalam Wibisaputra (2011:29), faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu:

- (1) Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternative yang disukai, seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu, intentitas sifat negative orang lain terhadap alternative yang disukai konsumen dan motivasi untuk menuruti keinginan orang lain.
- (2) situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini nantinya akan mendapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendirim, apakah konsumen percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak. dalam melaksanakan

# JAAB

1,1

4

---

minat pembelian, konsumen tersebut dapat membuat lima sub keputusan pembelian yaitu :

- a. Keputusan merek
- b. Keputusan pemasok
- c. Keputusan kuantitas
- d. Keputusan waktu
- e. Keputusan metode pembayaran

Selain itu, menurut Schiffman dan Kanuk (2004:25) bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. pengaruh eksternal ini antara lain terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya. Menurut Kotler dan Keller (2016: 179-194) mengemukakan bahwa perilaku membeli dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu:

- a. Budaya (*culture, sub culture* dan *social classes*)
- b. Sosial (kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status)
- c. Pribadi (usia dan tahapan daur hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, keperibadian dan konsep diri serta gaya hidup dan nilai)
- d. Psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, emosi, memori)

Swastha dan Irawan (2005:349), mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, kegagalan biasanya menghilangkan minat. Tidak ada pembelian yang terjadi jika konsumen tidak pernah menyadari kebutuhan dan keinginannya.

Pengenalan masalah (*problem recognition*) terjadi ketika konsumen melihat adanya perbedaan yang signifikan antara apa yang dia miliki dengan apa yang dia butuhkan. Berdasarkan pengenalannya akan masalah selanjutnya konsumen mencari atau mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang produk yang dia inginkan. Terdapat dua sumber informasi yang digunakan ketika menilai suatu kebutuhan fisik, yaitu persepsi individual dari tampilan fisik dan sumber informasi luar seperti persepsi konsumen lain. Selanjutnya informasi-informasi yang telah diperoleh digabungkan dengan informasi yang telah dimiliki sebelumnya. Semua input berupa informasi tersebut membawa konsumen pada tahap dimana dia mengevaluasi setiap pilihan dan mendapatkan keputusan terbaik yang memuaskan dari perspektif dia sendiri. Tahapan terakhir ada tahap dimana konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk.

### ***2.3 Indikator Minat Beli***

Menurut Ferdinand (2002:129), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Dengan adanya minat beli konsumen maka akan tumbuh keinginan konsumen untuk melakukan proses pembelian/transaksi. Apabila konsumen memiliki minat beli jangka panjang maka konsumen akan terus menerus membeli produk dan mencari tahu tentang produk yang diminatinya.

## **3. Metodologi Penelitian**

### ***3.1 Jenis Penelitian***

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau bergeneralisasi (Sugiyono, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat mahasiswa dan calon mahasiswa pada konsentrasi program studi manajemen (S1) IIB Darmajaya di Bandar Lampung.

### ***3.2 Populasi dan sampel***

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh tim peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini populasinya adalah Siswa SMA/K dan Mahasiswa Program Studi Manajemen IIB Darmajaya sebanyak 2185 Mahasiswa di Bandar Lampung.

Penelitian ini memiliki 2 sampel calon mahasiswa yaitu siswa SMA/K di Bandar Lampung pada 126 sekolah di Bandar Lampung dan Mahasiswa Program Studi Jurusan Manajemen (S1) sebanyak 2185 mahasiswa dengan sistematika pengambilan sampel sebagai berikut:

- (1) Pengambilan sampel untuk calon mahasiswa menggunakan teknik kuota dan purposive sampling. Jumlah sekolah SMA/K di Bandar Lampung sebanyak 126 SMA/K. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan kriteria Siswa SMA/K Kelas XII di Bandar Lampung dan SMA/K di Bandar Lampung yang potensial menjadi mahasiswa program studi manajemen (S1) IIB Darmajaya. Setelah dilakukan kriteria sampel didapatkan 48 sekolah yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini. Penyebaran kuisioner responden dilakukan dengan kuota yaitu masing masing sekolah adalah 30 responden.
- (2) Pengambilan sampel untuk mahasiswa Program Studi Manajemen (S1) menggunakan sampel jenuh dan *purposive sampling*. Jumlah Mahasiswa program studi manajemen (S1) IIB Darmajaya berjumlah 2185 Mahasiswa. penyebaran kuisioner dilakukan dengan menentukan kriteria yaitu mahasiswa aktif program studi manajemen (S1) IIB Darmajaya semester 1 dan 3. Setelah ditentukan sampel didapatkan jumlah mahasiswa aktif semester 1 dan 3 program studi manajemen (S1) IIB Darmajaya sebanyak 903 Mahasiswa. selanjutnya dilakukan penyebaran kuisioner kepada masing masing responden tersebut.

### **3.3 Metode Analisis Data**

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan data-data hasil penelitian yang meliputi hasil kuisioner responden berkaitan dengan Minat Calon Mahasiswa dan Mahasiswa pada Konsentrasi Program Studi Manajemen (S1).

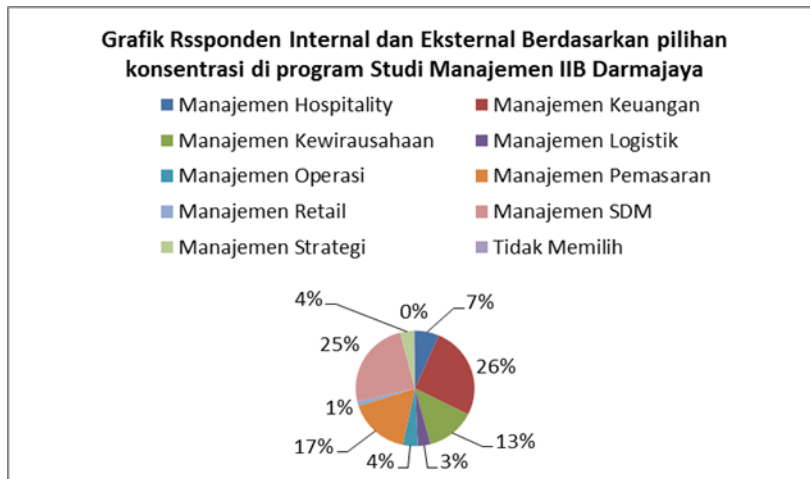
Konsentrasi program studi manajemen yang akan di survei antara lain

1. Manajemen Keuangan
2. Manajemen SDM
3. Manajemen Pemasaran
4. Manajemen Operasi
5. Manajemen Logistik
6. Manajemen Strategi
7. Manajemen Hospitality
8. Manajemen Kewirausahaan

### **4. Diskusi dan Implikasi**

Hasil analisis data internal dan eksternal merupakan gabungan dari hasil kuisioner responden Internal dan Eksternal dengan memberikan pertanyaan kepada mahasiswa IIB Darmajaya dan siswa/I SMA/K dan MA di Bandar Lampung yang akan digunakan sebagai bahan referensi

guna sebagai rujukan pembukaan konsentarsi pembelajaran di program studi manajemen IIB Darmajaya dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 1.  
Grafik Responden

Berdasarkan tabel dan grafik 4.12 kuisioner hasil pilihan konsentrasi oleh mahasiswa IIB Darmajaya dan siswa/I SMA/K dan MA di Bandar Lampung didapatkan informasi terdapat konsentrasi yang dipilih oleh mahasiswa IIB Darmajaya dan Siswa/I SMA/K dan MA di Bandar Lampung antara lain Manajemen Keuangan sebanyak 618 orang dengan tingkat persentase 26 %. Manajemen SDM sebanyak 587 orang atau dengan tingkat persentase 25%. Manajemen kewirausahaan sebanyak 320 orang atau dengan tingkat persentase 13 %. Manajemen pemasaran sebanyak 399 orang atau dengan tingkat persentase 17%. Manajemen operasi sebanyak 97 orang atau dengan tingkat persentase 4%. Manajemen hospitality sebanyak 156 orang atau dengan tingkat persentase 7%. Manajemen logistik sebanyak 82 orang atau dengan tingkat persentase 3%. Manajemen retail sebanyak 30 orang atau dengan tingkat persentase 1%. Manajemen Strategi sebanyak 89 orang atau dengan tingkat persentase 4% dan Tidak memilih sebanyak 9 orang atau dengan tingkat persentase sebanyak 0 %.

Tuntutan lapangan pekerjaan sangat beragam, sejalan dengan perkembangan kebutuhan pasar di era globalisasi sehingga perguruan tinggi harus lebih terbuka dan fleksibel dan mampu mengakomodir serta menyediakan kesempatan untuk menghasilkan para profesional dalam berbagai bidang ilmu tertentu. Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya atau IIB Darmajaya merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Bandar Lampung memiliki 7 program studi untuk S1 dan D3 serta 2 program studi Pascasarjana. Peminatan calon

mahasiswa baru terhadap program studi Manajemen sangat besar terlihat pada perkembangan jumlah mahasiswa. Oleh sebab itu untuk pengembangan program studi terkait dengan konsentrasi keilmuan sehingga berdampak kepada terciptanya kualitas lulusan. Riset ini dilakukan menghasilkan informasi yang akan digunakan untuk melihat kebutuhan stakeholder terkait dengan bidang keilmuan yang hasilnya akan diimplementasikan pada pembukaan konsentrasi program studi manajemen IIB Darmajaya.

### 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner yang dilakukan kepada responden internal yaitu mahasiswa semester 3 dan 5 IIB Darmajaya serta responden eksternal yaitu siswa/I SMA/K dan MA pada 47 sekolah yang tersebar di Bandar Lampung didapatkan informasi pilihan responden untuk pembukaan konsentrasi Manajemen Keuangan sebanyak 618 orang, Manajemen SDM sebanyak 587 orang, Manajemen Kewirausahaan sebanyak 320 orang. Manajemen pemasaran sebanyak 399 orang. Manajemen operasi sebanyak 97 orang. Manajemen hospitality sebanyak 156 orang. Manajemen logistik sebanyak 82 orang. Manajemen retail sebanyak 30 orang. Manajemen Strategi sebanyak 89 orang. Dengan demikian, konsentrasi pada program studi manajemen IIB Darmajaya berdasarkan hasil penyebaran kuisioner yaitu konsentrasi Manajemen Hospitality, Manajemen Strategi, Manajemen Operasi.

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner yang dilakukan dan hasil analisis, didapatkan informasi untuk pembukaan konsentrasi baru program studi manajemen IIB Darmajaya maka rekomendasi pembukaan konsentrasi adalah konsentrasi Manajemen Hospitality, Manajemen Strategi, Manajemen Operasi.

### Referensi

Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Wibisaputra, A. (2011). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (di PT. Candi Agung Pratama Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Schiffman, L. & Kanuk L. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, P & Keller K. L. (2016). *Marketing Managemen (Global Edition)*. Edisi15e. England: Pearson.

Swastha, B. DH & Irawan. (2005). *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

#### 4. Diskusi dan Implikasi

Bagian ini berisi penyajian data, proses pemodelan, hasil pemodelan, dan pembahasan atas analisis yang telah dilakukan. Pada intinya, bab ini berisikan dua bagian besar, uraian hasil pengujian dan implikasi. Implikasi mencakup 2 hal yakni sebagai berikut.

- (1) implikasi praktis berhubungan dengan penguatan pelaksanaan praktik (tulis seperti ini jika ada penomoran)
- (2) implikasi teoretis berhubungan dengan perkembangan teori-teori ilmu yang ada.

Apabila terdapat beberapa paragraf, paragraf pertama dalam subbab tidak menjorok ke dalam sedangkan paragraf selanjutnya kata pertama dimulai dengan penempatan yang menjorok ke dalam (ada tab 1 ketuk).

#### 5. Kesimpulan

Bagian ini berupa kesimpulan dan saran untuk penelitian mendatang.

#### Referensi

Untuk menulis referensi menggunakan gaya sitasi American Psychological Association. APA Styles merupakan salah satu bentuk sitasi yang dikeluarkan oleh organisasi APA terutama untuk bidang psikologi dan sosial. Referensi diurutkan secara alfabetis berdasarkan Nama Belakang Penulis atau Judul apabila tidak ada penulis. Nama depan penulis ditulis sebagai inisial. Apabila ada penulis sama dalam daftar pustaka ditulis berurutan dari tahun yang paling lama, bisa ditambahkan huruf a, b, c setelah tahun. Untuk artikel juga dapat disertakan *Digital Object Identifier* (DOI), yakni alat pengenalan permanen yang berfungsi sebagai permalink, digunakan pada suatu dokumen elektronik. Tulisan referensi menggunakan ukuran font 11.

Ribadu, M.B. & Rahman, Wan Nurhayati Wan. (2019). *An integrated approach towards sharia compliance e-commerce trust*. Applied Computing and Informatics, 15, 1-6. Doi:10.1016/j.aci.2017.09.002.

Johnson, B. T., & Eagly, A. H. (1989). *Effects of involvement in persuasion: A meta-analysis*. Psychological Bulletin, 106, 290–314. Doi:10.1037/0033-2909.106.2.290.

Turban, E., King, D., Liang, T. P., Turban, D. C. (2015). *Electronic commerce. A managerial and social networks perspective* (8<sup>th</sup> ed.). Switzerland: Springer.

Hartono, J. (2016). *Metode penelitian bisnis. Salah kaprah dan pengalaman-pengalaman* (edisi keenam). Yogyakarta: BPFE FEB UGM.