

EKSPLORASI MOTIVASI MAHASISWA: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMBENTUK KEPUTUSAN MEMILIH PROGRAM STUDI PARIWISATA FAKULTAS DESAIN HUKUM DAN PARIWISATA IIB DARMAJAYA

(Exploration Of Student Motivation: Factors That Form The Decision To Choose A Tourism Study Program Faculty of Law And Tourism Design lib Darmajaya)

Nia Lefiai^{1*}, Selvie Revirani², Patrick Salvador Frestusdeo³

¹²³Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

e-mail: nialefiani@darmajaya.ac.id

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu industri terkemuka yang tumbuh dengan cepat di dunia saat ini. Peningkatan ini memiliki potensi untuk mengurangi tingkat pengangguran. Tujuan dari penelitian ini adalah Membuat Analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan Program Studi Pariwisata serta memanfaatkan peluang pemasaran dan mengatasi ancaman lingkungan bisnis Perguruan Tinggi. Mengidentifikasi faktor-faktor dominan yang membuat para siswa tertarik untuk mendaftar di Program Studi Pariwisata. Mengkombinasikan hasil analisis SWOT dan analisis faktor untuk mengembangkan strategi pemasaran holistik Program Studi Pariwisata. Metode dalam penelitian ini menggunakan matriks EFAS (External Factors Analysis Summary) dan IFAS (Internal Factors Analysis Summary). Alat uji dalam penelitian ini menggunakan Cochran Q Test. Hasil pengolahan data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat 5 atribut yang membentuk faktor-faktor minat calon mahasiswa terhadap Prodi Pariwisata. Yaitu Kemudahan untuk mendapatkan pekerjaan, Bisa Belajar Aplikasi Digital Pariwisata, Sesuai dengan perkembangan pariwisata, Ingin mendalami ilmu pariwisata, Gabungan antara ilmu gastronomi, manajemen dan teknologi. Berdasarkan hasil analisis faktor ini, Biro Pemasaran di IIB Darmajaya dapat merancang kampanye pemasaran yang terfokus pada 5 atribut yang telah diidentifikasi. Selain itu, telah diidentifikasi pula kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari Program Studi Pariwisata Dengan tetap mempertahankan kualitas kurikulum, Sumber Daya Manusia, dan sarana-prasarana yang sesuai dengan perkembangan zaman.

Kata kunci: *SWOT, Pariwisata, Minat konsumen, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

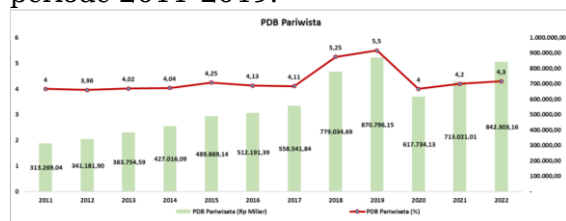
Tourism is one of the leading industries proliferating in the world today. This increase has the potential to reduce the unemployment rate. The purpose of this research is to create a SWOT analysis to determine the strengths and weaknesses of the Tourism Study Program as well as take advantage of marketing opportunities and overcome threats to the Higher Education business environment. Identify the dominant factors that make students interested in enrolling in the Tourism Study Program. Combining the results of SWOT analysis and factor analysis to develop a holistic marketing strategy for the Tourism Study Program. The method in this research uses the EFAS (External Factors Analysis Summary) and IFAS (Internal Factors Analysis Summary) matrices. The test tool in this research is the Cochran Q Test. The results of data processing can conclude that 5 attributes form factors of prospective students' interest in the Tourism Study Program. Namely, Ease of getting a job, Learn Digital Tourism Applications, In line with tourism developments, Deepening tourism knowledge, and Combination of gastronomy, management, and technology. Based on the results of this factor analysis, the Marketing Bureau at IIB Darmajaya can design a marketing campaign that focuses on the 5 attributes that have been identified. Apart from that, the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the Tourism Study Program have also been identified while maintaining the quality of the curriculum, human resources, and infrastructure in line with current developments.

Keywords: *SWOT, Tourism, Consumer Interest, Purchasing Decisions*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu industri terkemuka yang tumbuh dengan cepat di dunia saat ini. Sebagai sektor ekonomi yang signifikan, pariwisata memiliki peranan penting dalam menghasilkan pendapatan negara (devisa) secara umum, dan pendapatan daerah secara khusus (Rayana et al., 2022). Oleh karena itu, pengembangan sektor pariwisata memerlukan perhatian yang lebih intensif, termasuk pengembangan sumber daya manusia yang kompeten di bidangnya.

Sektor pariwisata merupakan pilar utama dalam kontribusi terhadap perekonomian nasional, yang tercermin melalui nilai devisa pariwisata, kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) pariwisata, dan pertumbuhan tenaga kerja di sektor ini. Data perkembangan nilai devisa dan PDB pariwisata menunjukkan kecenderungan peningkatan yang signifikan selama periode 2011-2019.



Gambar 1. Perkembangan PDB Pariwisata dan Nilai Devisa

PDB pariwisata, sebagai persentase dari total PDB, meningkat dari 4 persen pada tahun 2011 menjadi 5,5 persen pada tahun 2019, sementara nilai devisa pariwisata meningkat dari USD 8,55 miliar pada tahun 2011 menjadi USD 16,91 miliar pada tahun 2019. Pada tahun 2020, dampak Pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan baik dalam devisa maupun PDB pariwisata. Namun, pada tahun 2021, PDB pariwisata mulai menunjukkan tanda-tanda pemulihan, meskipun masih di bawah level sebelum pandemi. Sementara itu, nilai devisa pariwisata baru mengalami kenaikan pada tahun 2022. Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya adalah salah

satu lembaga pendidikan tinggi bidang teknologi dan bisnis juga dihadapkan pada perubahan-perubahan lingkungan tersebut. IIB Darmajaya perlu secara proaktif mengantisipasi dinamika perubahan yang terjadi untuk merumuskan langkah-langkah strategis yang tepat.

Dengan perkembangan industri pariwisata yang sangat pesat, semakin menekankan bahwa Program Studi Pariwisata IIB Darmajaya bisa mengambil peranan yang penting untuk memajukan insuatri pariwisata di Indonesia. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 mengamanatkan bahwa pendidikan tinggi dalam fungsinya harus dapat mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, mengembangkan sivitas akademika yang inovatif, responsif, kreatif, terampil, berdaya saing, dankooperatif melalui pelaksanaan tridharma; dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora.

Tujuan Penelitian ini yaitu (1) Membuat Analisis SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats) untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan Program Studi Pariwisata serta memanfaatkan peluang pemasaran dan mengatasi ancaman lingkungan bisnis Perguruan Tinggi. (2) Mengidentifikasi faktor-faktor dominan yang membuat para siswa tertarik untuk mendaftar di Program Studi Pariwisata. (3) Mengkombinasikan hasil analisis SWOT dan analisis faktor untuk mengembangkan strategi pemasaran holistik Program Studi Pariwisata

Strategi pemasaran yang efektif hanya dapat dirumuskan jika organisasi memiliki pemahaman yang mendalam tentang keunggulan dan kelemahan internalnya yang harus diperbaiki dengan jujur. Selain itu, organisasi juga harus memahami berbagai peluang yang

ada di lingkungan masyarakat yang bisa dimanfaatkan. Identifikasi yang jelas terhadap kebutuhan, keinginan, dan kesulitan masyarakat merupakan langkah penting untuk memanfaatkan peluang tersebut secara efektif.

2. KAJIAN PUSTAKA

Faktor-faktor Penentu dalam Pengambilan Keputusan

(Ming, 2010), dalam jurnal yang berjudul "A Model of Higher Education Institutions Choice in Malaysia – A Conceptual Approach," mengemukakan bahwa pemilihan program studi dipengaruhi oleh beberapa faktor menurut (Chapman, 1981), yang terbagi menjadi pengaruh eksternal dan internal. Pengaruh Eksternal terdiri dari 4 indikator, yaitu: Teman kuliah, Pengaruh orang tua, Pengaruh teman-teman, Pengaruh individu lain

Pengaruh internal terhadap keputusan memilih program studi juga melibatkan atribut kampus yang terdiri dari enam indikator: (1) Lokasi: Menurut Sia, 2010, lokasi universitas menjadi faktor utama dalam keputusan pendaftaran siswa potensial. (2) Program Akademik: Studi di Kuala Lumpur dan Selangor, Malaysia oleh bin Yusof et al., 2008 menemukan bahwa ketersediaan program yang dibutuhkan merupakan faktor penting bagi mahasiswa tahun pertama dalam memilih perguruan tinggi tertentu. (3) Reputasi Kampus: Citra dan reputasi kampus memiliki pengaruh yang kuat terhadap pilihan siswa dan dapat menjadi sangat persuasif dalam proses pencarian perguruan tinggi. Ancheh et al., 2007 menegaskan bahwa reputasi lembaga adalah faktor yang paling berpengaruh dalam evaluasi siswa terhadap pilihan mereka. (4) Fasilitas Pendidikan: Menurut Hassan et al., 2008, fasilitas pendidikan seperti ruang kelas, laboratorium, dan perpustakaan penting dalam seleksi perguruan tinggi atau universitas oleh siswa. (5) Biaya: Isu-isu terkait biaya juga dianggap penting dalam keputusan memilih program studi. (Joseph & Joseph, 2000)

menunjukkan bahwa masalah biaya menjadi pertimbangan penting dari waktu ke waktu. (6) Ketersediaan Bantuan Keuangan: Studi oleh Yusof dkk. (2008) menemukan bahwa bantuan keuangan yang ditawarkan oleh universitas merupakan salah satu dari empat atribut yang sangat penting yang diharapkan dari lembaga pendidikan tinggi tertentu.

Pengembangan Strategi Pemasaran

Kegiatan pemasaran yang berhasil membutuhkan organisasi memiliki beberapa kapabilitas penting. Ini termasuk pemahaman, penciptaan, penghantaran, penangkapan, dan pemeliharaan nilai pelanggan (Keller & Kotler, 2015). Organisasi yang berorientasi pada pelanggan diyakini mampu meraih lebih banyak keuntungan karena mereka lebih diinginkan dan dicari oleh pelanggan mereka.

Pentingnya Analisis SWOT

Pemasar holistik perlu menyadari bahwa lingkungan pemasaran selalu berubah, dengan munculnya peluang dan ancaman baru, sehingga mereka harus terus memperhatikan dan menyesuaikan diri terhadap perubahan tersebut (Keller & Kotler, 2015). Salah satu alat analisis yang banyak digunakan untuk memetakan lingkungan pemasaran, baik eksternal maupun internal, adalah analisis SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats). Analisis SWOT terdiri dari dua bagian utama: analisis peluang dan ancaman untuk lingkungan eksternal, dan analisis kekuatan dan kelemahan untuk lingkungan internal. Analisis ini menjadi dasar bagi perancang strategi untuk memilih strategi yang tepat (Philip Kotler, 2019).

3. METODOLOGI

Jenis Penelitian

Dalam Penelitian terapan yang akan dilakukan oleh Institusi IIB Darmajaya berjudul "Eksplorasi Motivasi Mahasiswa: Faktor-Faktor Yang Membentuk Keputusan Memilih

Program Studi Pariwisata Fakultas Desain Hukum dan Pariwisata IIB Darmajaya" akan menggunakan metode Mix Methods Research (MMR). Pada penelitian ini, analisis data kualitatif akan difokuskan pada analisis SWOT, sementara analisis data kuantitatif akan difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi siswa dalam memilih Program Studi Pariwisata. Setelah tahap analisis data selesai, hasil dari kedua analisis tersebut akan dibandingkan dan disesuaikan secara khusus untuk pengembangan strategi pemasaran Program Studi Pariwisata.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini akan melibatkan dua jenis populasi. Pertama adalah populasi Top Management dari IIB Darmajaya, yang terdiri dari Rektor, Dekan, Kepala Biro, dan Kepala Program Studi yang terkait dengan Program Studi Pariwisata. Populasi kedua adalah siswa SMA dan sederajat, yang akan dijadikan responden untuk analisis faktor yang mempengaruhi pemilihan Program Studi Pariwisata dengan jumlah responden sebanyak 200 orang.

Metode Penelitian Analisis SWOT – EFAS & IFAS

Proses analisis data melibatkan penggunaan metode matriks EFAS (External Factors Analysis Summary) dan IFAS (Internal Factors Analysis Summary), yang kemudian diikuti dengan pembentukan matriks SWOT. Tahapan proses ini mencakup (1) Pengumpulan data melalui wawancara dengan perwakilan kunci dari manajemen puncak. (2) Analisis data yang terkumpul untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis dari lingkungan internal dan eksternal. (3) Pembentukan matriks IFAS dan EFAS untuk evaluasi lingkungan internal dan eksternal. (4) Pembentukan matriks SWOT guna mendukung pengembangan strategi pemasaran Program Studi Pariwisata

Analisis Faktor – Cochran Q Test

Uji Cochran Q digunakan untuk menganalisis tingkat keberhasilan atau kesuksesan data secara statistik, serta

menguji hipotesis pada beberapa variabel yang berhubungan secara dikotomis dan memiliki nilai rata-rata yang sama. Uji Cochran Q ini diterapkan pada data nominal dengan lebih dari dua sampel yang tidak independen, serta memiliki respons biner seperti sukses (1) versus gagal (0) atau ya (1) versus tidak (0).

Uji ini memungkinkan kita untuk mengetahui hubungan antara beberapa faktor, di mana faktor-faktor yang kurang penting menurut konsumen akan dihapus secara iteratif sampai diperoleh faktor-faktor yang benar-benar mewakili tingkat kepentingan tertinggi dalam menentukan keputusan pemilihan destinasi wisata. Rumus yang digunakan untuk Cochran Q Test adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{(k-1) \{ k \sum C_j^2 - (\sum C_j)^2 \}}{k \sum R_i \sum R_i^2}$$

Dimana:

k = Jumlah variabel

n = Jumlah responden (pengamatan)

C_j = Total respon pada j variable (kolom)

R_i = total respon pada i pengamatan

Hipotesis yang dibangun pada penelitian ini adalah:

H₀ : Semua faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan domestic nusantara memiliki proporsi jawab YA yang sama

H_a : Semua faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan domestic nusantara memiliki proporsi jawab YA yang berbeda

Keputusan inferensi adalah tolak H₀ dan terima H_a, jika Q hit > Q Tab, dan terima H₀ dan tolak H_a, jika Q hit < Q tab. Dimana:

Jika H₀ ditolak, berarti proporsi jawaban YA masih berbeda pada semua faktor yang berpengaruh, menunjukkan bahwa belum ada kesepakatan di antara para responden mengenai faktor-faktor yang dianalisis. Sebaliknya, jika H₀ diterima, berarti proporsi YA pada semua faktor dianggap sama, yang menunjukkan bahwa semua responden

sepakat mengenai semua atribut sebagai faktor yang dipertimbangkan.

4. HASIL PEMBAHASAN

Pemetaan SWOT

Pengembangan program studi pariwisata yang transparan, berkualitas, dan modern membutuhkan pengelola serta staf institusi yang siap dan profesional. Aspek yang paling penting dalam hal ini adalah penguasaan dan penyempurnaan jobdesk serta administrasi yang mendukung kegiatan kerja, termasuk sistem monitoring dan evaluasi yang dikelola oleh program studi.

Saat mengevaluasi Program Studi Pariwisata, teridentifikasi beberapa kekurangan yang perlu diatasi agar program studi ini mampu bersaing dan menarik minat masyarakat. Beberapa di antaranya adalah: (1) Belum adanya jaringan yang kuat dalam pengembangan kompetensi mahasiswa dan dosen dengan industri-industri di bidang pariwisata (2) Status akreditasi pada program studi Pariwisata yang belum ada, dan (3) Sarana dan prasarana yang belum memenuhi standar kebutuhan program studi.

Analisis Peluang Lingkungan Eksternal

Berdasarkan analisis terhadap peluang dari lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh Program Studi Pariwisata saat ini dan di masa depan, antara lain:

1. Adanya dukungan pemerintah untuk percepatan dalam beradaptasi dengan industri pariwisata
2. Ekspektasi masyarakat yang tinggi terhadap Pariwisata di Lampung yang semakin meningkat
3. Dapat memenuhi kebutuhan SDM industri pariwisata

Analisis Strengths (Kekuatan) Lingkungan Internal

1. Mempunyai kurikulum yang mampu mengaplikasikan teori ke dalam praktek
2. Memiliki dosen praktisi dalam bidang Pariwisata

3. Memiliki fasilitas pembelajaran yang memadai
4. Memadukan Industri Pariwisata dan entrepreneur
5. Menciptakan lulusan yang siap kerja di bidang Pariwisata
6. Mempunyai banyak Pembelajaran Praktik
7. Prospek kerja yang luas dan tidak terbatas

Analisis Weakness (Kelemahan) Lingkungan Internal

1. Belum banyak kerjasama dengan Perusahaan/Industri Pariwisata
2. Jumlah penelitian dan pengabdian
3. Kualifikasi dosen yang belum mumpuni
4. Kurangnya prestasi mahasiswa
5. Masih kurangnya dosen yang tersertifikasi
6. Prodi yang belum terakreditasi
7. Sarana dan prasarana yang belum memenuhi standar kebutuhan prodi

Analisis Threats (Ancaman) Lingkungan Eksternal

1. Tinginya persaingan
2. Perkembangan teknologi digital yang sangat cepat

Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat lanjutan yg digunakan untuk mengembangkan 4 tipe pilihan strategi: SO, WO, ST dan WT. Kunci keberhasilan penggunaan matriks TOWS adalah mempertemukan faktor kunci internal dan eksternal untuk membentuk satu strategi.

1. Strategi SO adalah strategi yang dibuat dengan menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil keuntungan dari kesempatan eksternal.
2. Strategi WO adalah strategi yang dibuat untuk memperbaiki kelemahan internal dan menggunakan kesempatan eksternal. WO juga menunjukkan kesempatan yang ada dalam jangkauan yang bisa diraih oleh organisasi/perusahaan jika berhasil memperbaiki kelemahan internal.
3. Strategi ST dibuat untuk mengantisipasi ancaman eksternal

dengan menggunakan kekuatan internal yang dimiliki.

4. Strategi WT mungkin saja terjadi terutama jika organisasi/perusahaan menghadapi faktor-faktor kelemahan dan ancaman yang tidak dapat ditangani dengan menggunakan kekuatan dan peluang yang ada.

Analisis SWOT

Analisis Strengths-Opportunities (S-O)

1. Memperbaiki tata kelola program studi untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan organisasi.
2. Mengoptimalkan kemitraan dengan berbagai stakeholder untuk meningkatkan keterampilan hardskill dan softskill bagi dosen serta mahasiswa.
3. Memaksimalkan penggunaan fasilitas pendukung agar mahasiswa dapat menyalurkan kreativitas dan inovasi mereka.
4. Meningkatkan kaderisasi dalam kegiatan penulisan karya ilmiah, dan partisipasi dalam seminar, baik di tingkat nasional maupun internasional.
5. Melakukan pembaruan kurikulum secara berkelanjutan untuk memastikan kelancaran proses pembelajaran.

Analisis Weakness-Opportunities (W-O)

1. Meningkatkan sistem penghargaan dan sanksi, khususnya dalam kegiatan Penelitian, PkM, Karya Ilmiah, serta jenjang fungsional dosen.
2. Memperluas kerja sama dengan berbagai stakeholder untuk meningkatkan kualitas lulusan di masa depan.
3. Memberikan kesempatan kepada seluruh dosen untuk terlibat dalam berbagai kegiatan yang mendukung pengembangan akademik maupun profesional.
4. Menyediakan kesempatan bagi seluruh mahasiswa untuk ikut serta dalam berbagai kegiatan yang mendukung pengembangan akademik.

5. Meningkatkan sarana dan prasarana untuk pengembangan model Pariwisata.
6. Memaksimalkan penggunaan Media Sosial atau pemasaran digital untuk meningkatkan citra merek Program Studi Pariwisata.

Analisis Strengths-Threats (S-T)

1. Meningkatkan mutu lulusan.
2. Meningkatkan daya saing lulusan di bidang pariwisata.
3. Menyesuaikan kegiatan mahasiswa dengan kebutuhan industri.
4. Meningkatkan kualifikasi dan kompetensi dosen.
5. Mengembangkan dan mengevaluasi kurikulum secara berkala sesuai dengan program OBE.
6. Memperkuat suasana akademik.
7. Meningkatkan kemampuan dalam penyediaan, pengawasan, dan pemeliharaan fasilitas pembelajaran agar lebih modern.

Analisis Weakness-Threats (W-T)

1. Memfasilitasi kemudahan untuk melanjutkan studi dan pengembangan karir.
2. Merancang program pendidikan dan pelatihan yang menggabungkan ilmu Pariwisata dengan teknologi digital.
3. Menyelenggarakan acara atau event kegiatan mahasiswa
4. Meningkatkan branding Prodi Pariwisata

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Siswa Tertarik Mendaftar ke Program Studi Pariwisata

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat ketepatan, konsistensi, dan keakuratan dari instrumen pengukuran, serta sejauh mana alat ukur tersebut dapat diandalkan dalam menilai faktor-faktor yang mempengaruhi minat siswa untuk mendaftar ke Program Studi Pariwisata. Uji reliabilitas ini dilakukan menggunakan rumus Cronbach's Alpha berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan SPSS.

Tabel 1.1 hasil uji reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	25

Dari hasil penelitian uji reliabilitas ini dengan N: 25 sampel (responden) didapat hasil Cronbach's Alpha sebesar $0,843 > 0,396$ (r tabel) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa angka reliabilitas berada dalam range Reliabel untuk kuesioner faktor-faktor yang mempengaruhi minat siswa tertarik mendaftar ke Program Studi Pariwisata.

Hasil Uji Cochran

Pada tahap pertama, penelitian ini berhasil mendapatkan 25 atribut faktor-faktor minat siswa terhadap prodi Pariwisata. Data tersebut didapat setelah menyebarkan kuesioner kepada pelajar kelas 12 dan calon mahasiswa baru melalui form online. Berikut hasil pengolahan data kuesioner siswa :

Tabel 1.2 Hasil Uji Cochran

	Value	
	0	1
Kemudahan untuk mendapatkan pekerjaan	5	94
menjanjikan peluang karir yang cerah	11	88
bisa belajar aplikasi digital pariwisata	1	98
sesuai dengan perkembangan pariwisata	2	97
program studi yang banyak diminati	17	82
mudah untuk dipelajari	28	71
memudahkan mendapatkan pekerjaan di bidang pariwisata	13	86
banyak beasiswa yang ditawarkan	17	82
alumni banyak yang dicari oleh industri pariwisata	9	90
fasilitas pembelajaran lengkap	10	89
ingin mencoba hal yang baru	8	91
ingin mendalami ilmu pariwisata	4	95
gabungan antara ilmu gastronomi, manajemen dan teknologi	5	94
biaya perkuliahan terjangkau	28	71
saran dan pertimbangan dari orang tua	37	62
rekomendasi dari teman dan kolega	48	51
arahan dari guru di sekolah	51	48
sesuai dengan hobi dan fashion	19	80
merupakan program studi yang populer	13	86
ingin menjadi entrepreneur	18	81

content creator		
dosen pengajar yang berkompeten	14	85
siap dengan trend revolusi industri pariwisata dan ekonomi kreatif	8	91
berhubungan erat dengan potensi pariwisata yang berkembang saat ini	9	90
akreditasi program studi yang unggul	12	87
akreditasi kampus yang terbaik	12	87

N	99
Chchran's Q	366.457 ^a
Df	24
Asymp.Sig	.000

Pada pengujian Cochran terhadap 25 atribut faktor minat terhadap Prodi Pariwisata. Maka berdasarkan hasil uji tersebut, dengan menggunakan SPSS 21 nilai Q adalah 4.552 dengan nilai Asymp.Sig > taraf nyata (α) yang berarti kemungkinan jawaban YA adalah sama untuk seluruh atribut. Maka proses Cochran selesai dan ditemukanlah 5 atribut yang membentuk Faktor-faktor minat terhadap Program Studi Pariwisata. Berikut hasil pengolahan data:

Tabel 1.3 Proses Cochran

	Value	
	0	1
Kemudahan untuk mendapatkan pekerjaan	5	94
bisa belajar aplikasi digital pariwisata	1	98
sesuai dengan perkembangan pariwisata	2	97
ingin mendalami ilmu pariwisata	4	95
gabungan antara ilmu gastronomi, manajemen dan teknologi	5	94

N	99
Chchran's Q	4.552 ^a
Df	4
Asymp.Sig	.336

Dari hasil pengolahan data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat 5 atribut yang membentuk faktor-faktor minat terhadap Prodi Pariwisata. Yakni:

1. Kemudahan untuk mendapatkan pekerjaan,

2. Bisa Belajar Aplikasi Digital Pariwisata,
3. Sesuai dengan perkembangan pariwisata,
4. Ingin mendalami ilmu pariwisata,
5. Gabungan antara ilmu gastronomi, manajemen dan teknologi.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka, faktor-faktor yang mempengaruhi minat siswa tertarik mendaftar ke program studi Pariwisata :
 - a. Kemudahan untuk mendapatkan pekerjaan,
 - b. Bisa Belajar Aplikasi Digital Pariwisata,
 - c. Sesuai dengan perkembangan pariwisata,
 - d. Ingin mendalami ilmu pariwisata,
 - e. Gabungan antara ilmu gastronomi, manajemen dan teknologi.
2. Berdasarkan Hasil analisis SWOT pada hasil penelitian ini yang digunakan dari faktor internal dan faktor eksternal program studi pariwisata, diperoleh kesimpulan untuk program keberlanjutan program studi, diantaranya sebagai berikut:
 - a. Berupaya untuk meningkatkan kompetensi dosen.
 - Memberi fasilitasi dosen untuk melanjutkan studi S3 atau sertifikasi kompetensi
 - Memberi fasilitasi dosen untuk melakukan tridharma perguruan tinggi.
 - Mengadakan kegiatan seminar/workshop pembuatan proposal penelitian atau proposal pengabdian masyarakat untuk mendapatkan dana hibah.
 - b. Upaya untuk meningkatkan mutu manajemen.
 - Meningkatkan dan memperluas penggunaan teknologi informasi.

- Memperkuat koordinasi yang baik di antara seluruh civitas akademika, mulai dari pimpinan, mahasiswa, hingga alumni.
- Upaya untuk meningkatkan mutu lulusan
- Peningkatan layanan dengan mengadopsi kurikulum yang diperlukan instansi, perusahaan dan dunia industri pariwisata.
- Mengembangkan unit penunjang dengan memanfaatkan perkembangan industri kreatif.
- Melakukan kerjasama dengan perusahaan atau industri pariwisata dalam pelaksanaan tridharma perguruan tinggi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih penulis ucapkan pada institusi dan seluruh responden yang terlibat dalam artikel penelitian dengan judul “Eksplorasi Motivasi Mahasiswa: Faktor-Faktor Yang Membentuk Keputusan Memilih Program Studi Pariwisata Fakultas Desain Hukum dan Pariwisata IIB Darmajaya”

DAFTAR RUJUKAN

- Ancheh, K. S. B., Krishnan, A., & Nurtjahja, O. (2007). Evaluative criteria for selection of private universities and colleges in Malaysia. *Journal of International Management Studies*, 2(1), 1–11.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Baharun, R., & Ghalip, A. Y. (2006). Push and pull factors influencing Arab travellers to choose Malaysia as their choice destination. *Euro Asia Journal of Management*, 32(16–2), 167–184.
- Bianchi, F., & Melosi, L. (2017). Escaping the great recession. *American Economic Review*, 107(4), 1030–1058.

- bin Yusof, M., binti Ahmad, S. N. B., bin Mohamed Tajudin, M., & Ravindran, R. (2008). A study of factors influencing the selection of a higher education institution. *UNITAR E-Journal*, 4(2), 27–40.
- Ceja, M. (2006). Understanding the role of parents and siblings as information sources in the college choice process of Chicana students. *Journal of College Student Development*, 47(1), 87–104.
- Chapman, D. W. (1981). A model of student college choice. *The Journal of Higher Education*, 52(5), 490–505.
- Gupta, P., & Kaushik, N. (2018). Dimensions of service quality in higher education—critical review (students' perspective). *International Journal of Educational Management*, 32(4), 580–605.
- Hassan, M., Azmi, M. Z., & Mohamad, M. S. (2008). Factors influencing Student's choice of higher institutions of learning. *Malaysia: International Islamic University*.
- Joseph, M., & Joseph, B. (2000). Indonesian students' perceptions of choice criteria in the selection of a tertiary institution: Strategic implications. *International Journal of Educational Management*, 14(1), 40–44.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2015). Holistic marketing: A broad, integrated perspective to marketing management. In *Does marketing need reform?: Fresh perspectives on the future* (pp. 308–313). Routledge.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit*. Springer.
- Manski, C. F. (1990). The use of intentions data to predict behavior: A best-case analysis. *Journal of the American Statistical Association*, 85(412), 934–940.
- Ming, J. S. K. (2010). Institutional factors influencing students' college choice decision in Malaysia: A conceptual framework. *International Journal of Business and Social Science*, 1(3).
- Orr, D., Gwosc, C., & Netz, N. (2011). *Social and Economic Conditions of Student Life in Europe: Synopsis of indicators. Final report. Eurostudent IV 2008-2011*. W. Bertelsmann Verlag.
- Rayana, E., Rohmah, R. A., & Hardianto. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasir Pengaraian. *Journals of Indonesian Multidisciplinary Research*, 1(1), 9–21.
<https://doi.org/10.61291/joinmr.v1i1.3>
- Sia, J. K. M. (2010). *A model of higher education institutions choice in Malaysia-A conceptual approach*. College of Law, Government and International Studies, Universiti Utara Malaysia.
- Weiler, J. H. (1994). A quiet revolution: The European Court of Justice and its interlocutors. *Comparative Political Studies*, 26(4), 510–534.