

013 FAKTOR PENDORONG KEMASUKAN PELAJAR BAHARU KE KOLEJ UNIVERSITI ISLAM ANTARABANGSA SELANGOR (KUIS)

**Rahmahtunnisah Hj. Sailin, Norziah Othman, Nor ‘Adha Abd. Hamid,
Nurkaliza Khalid, Abdul Hadi Awang, Mohd Farok Mat Nor**

Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS),
Bandar Seri Putra, 43000 Kajang, Selangor.

rahmahtunnisah@kuis.edu.my

ABSTRAK

Pendidikan di peringkat tertiar atau pengajian tinggi merupakan pemangkin utama penjana modal insan yang berkualiti demi kesejahteraan sejagat. Tren peningkatan jumlah Institusi Pengajian Tinggi (IPT) di Malaysia menyaksikan persaingan dalam usaha menambah peratusan kemasukan pelajar ke IPT masing-masing. Dalam situasi perkembangan pendidikan ini, kajian dijalankan bagi mengenal pasti faktor-faktor yang mendorong pelajar lepasan Sijil Pelajaran Malaysia, Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia, Asasi, Matrikulasi dan yang setaraf untuk menyambung pengajian di Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS). Pengumpulan data secara kuantitatif melalui borang soal selidik diedarkan kepada 427 orang pelajar baharu yang mendaftar di KUIS bagi ambilan sesi I 2014/2015 melibatkan pelbagai bidang pengajian. Analisa dengan menggunakan SPSS versi 22 mendapati kemasukan pelajar ke KUIS didorong oleh pelbagai aktiviti pembelajaran yang diyakini mampu membentuk sahsiah diri pelajar. Hasil kajian juga mendapati Laman Sesawang KUIS merupakan medium publisiti dan promosi yang paling berkesan dalam mempengaruhi pelajar memilih KUIS sebagai IPT pilihan. Hasil kajian ini dijangka mampu membekalkan maklumat berkenaan jenis medium promosi yang berkesan bagi membantu Bahagian Pemasaran dan Komunikasi KUIS mengenal pasti bentuk publisiti yang bersesuaian.

Kata kunci: modal insan, tertiar, promosi pendidikan IPT, persaingan

PENDAHULUAN

Globalisasi informasi dalam pendidikan merupakan fenomena sejagat yang melanda setiap bentuk kehidupan. Arus yang melanda menuntut dunia pendidikan Malaysia melakukan beberapa reformasi dalam beberapa bidang pendidikan, agar graduan yang terhasil berupaya menghadapi cabaran persekitaran dan unggul dalam pasaran pekerjaan.

Sistem pendidikan tinggi di Malaysia, sehingga 31 Ogos 2104 merangkumi 20 IPTA dan 533 IPTS Aktif (507 IPTS Aktif Kampus Utama termasuk Universiti, Kolej Universiti, Kampus Cawangan Luar Negara dan Kolej dan 26 IPTS Aktif Kampus Cawangan). Pelan Strategik Pendidikan Negara (2007-2010) dan Pelan Tindakan Pengajian Tinggi Negara merupakan dua inisiatif terkini dalam meningkatkan kualiti dan membina perhubungan antara pihak universiti dengan sektor industri. Empat IPTA telah dinaik taraf sebagai universiti penyelidikan bermula pada tahun 2006 dan Universiti Sains Malaysia telah dipilih sebagai universiti pertama menerajui Program Pemajuan untuk Kecemerlangan (APEX) pada September 2008 (Badaruddin Mohamed et.al, 2009).

Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS) yang ditubuhkan sebagai sebuah institusi pendidikan tinggi swasta semenjak tahun 1995, yang sebelum ini dikenali sebagai Kolej Islam Selangor Darul Ehsan (KISDAR) kini sedang giat memperkukuh keperluan dan kehendak pasaran dalam pencapaian matlamat untuk menjadi sebuah universiti penuh menjelang tahun 2016. Peralihan KISDAR kepada KUIS dalam tahun 2004 apabila dinaik taraf sebagai Kolej Universiti merupakan titik penting dalam lakaran sejarah KUIS ke arah memajukan institusi yang lebih berdaya saing.

KUIS berorientasikan institusi untuk membangunkan pendidikan tinggi Islam berteraskan kesepaduan ilmu naqli (revealed knowledge) dan ilmu aqli (acquired knowledge) bagi melahirkan generasi rabbani yang memiliki kekuatan jati diri, sahsiah dan citra kecemerlangan, seiring dengan moto , visi , misi dan falsafah KUIS.

KUIS sedang berusaha untuk bergerak seiring dalam usaha menjadikan Malaysia sebagai hub pendidikan global yang menggalakkan penyatuan antarabangsa menerusi pendidikan, budaya dan gaya hidup sebagai teras Bandar abad ke 21. Seperti yang dinyatakan dalam Rancangan Malaysia ke-Sembilan (RMK-9) yang telah mengumumkan Pembangunan Bandar Pendidikan Kuala Lumpur (KLEC). Maka KUIS perlu giat dalam mengenalpasti pelbagai usaha pemasaran untuk

mendapatkan pelajar dalam masa sama untuk menonjolkan KUIS sebagai institusi pendidikan yang berdaya saing. Penarafan KUIS dalam Tier 4 (Sangat Baik) oleh Agensi Kelayakan Malaysia (MQA) SETARA bagi tahun 2011 merupakan bukti awal kesungguhan KUIS dalam persaingan pasaran pendidikan di Malaysia. Keputusan SETARA pada tahun tersebut menyaksikan sebanyak 17 IPTA/S mendapat tier 4 dan 35 IPTA/S mendapat tier 5 (Cemerlang).

OBJEKTIF KAJIAN

Kajian ini adalah bertujuan untuk mendapatkan maklumbalas daripada para pelajar baharu yang mendaftar di Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS) pada sesi 1 2014/2015 merangkumi tiga objektif yang telah dirangka iaitu;

- i. untuk mengenalpasti faktor-faktor pemilihan mengikuti pengajian di Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS).
- ii. untuk mengenalpasti bentuk publisiti dan promosi yang mempengaruhi kemasukan pelajar baharu ke KUIS.
- iii. Untuk melihat sama ada wujud perkaitan antara faktor-faktor pemilihan KUIS dengan bentuk publisiti dan promosi dalam mempengaruhi kemasukan pelajar baharu ke KUIS.

Tren kemasukan pelajar ke sesebuah universiti penting bagi menilai tahap pencapaian sesebuah universiti daripada aspek program yang ditawarkan, kebolehan dan tahap akademik universiti tersebut. KUIS merupakan salah sebuah institusi pengajian tinggi yang tidak terkecuali daripada dinilai oleh bakal pelajar yang ingin menyambung pengajian di peringkat asasi, diploma, ijazah sarjana muda, sarjana dan doktor falsafah. Penilaian ini bakal diterjemahkan melalui keputusan yang akan diambil oleh kelompok pelajar tersebut dalam pemilihan ke KUIS atau institusi pengajian tinggi yang lain.

Analisa tren kemasukan pelajar KUIS bagi lima tahun ke belakang (2009-2014) oleh Abdul Hadi et.al (2014) menunjukkan fasa penurunan yang ketara dari tahun 2009 ke tahun 2012 iaitu penurunan sebanyak hampir 2572 pelajar. Bagaimanapun tren kemasukan pelajar ke KUIS pada tahun 2013 menunjukkan sedikit kenaikan dan terus meningkat dengan baik pada pengambilan semester pertama 2014 dengan kemasukan lebih 2000 orang bagi sesi 1 2014/2015. Berdasarkan kepada tren tersebut, dijangkakan akan berlaku lagi peningkatan kepada kemasukan pelajar ke KUIS dengan sasaran jumlah keseluruhan pelajar mencecah tiga ribu orang bagi tahun berakhir 2014.

METODOLOGI KAJIAN

Seramai 2083 orang pelajar baharu KUIS telah mendaftar bagi sesi kemasukan Jun (sesi 1 2014/2015). Sebanyak 427 borang soal selidik telah diedarkan semasa sesi pendaftaran pelajar baharu bagi pelajar diploma dan Sarjana Muda. Borang soal selidik yang digunakan terbahagi kepada tiga bahagian. Bahagian pertama adalah demografi responden, diikuti bahagian kedua iaitu faktor-faktor pemilihan KUIS dan bahagian ketiga berhubung pengaruh publisiti dan promosi.

Jadual 1:Analisa Kesahan (Reliability Analysis)

Pemboleh ubah utama	Cronbach Alpha	Mean	SD
Faktor-faktor Pemilihan KUIS (14 Item)	0.797	3.9660	.49370
Publisiti dan Promosi (11 Item)	0.866	3.3818	.58987

Berdasarkan analisa kesahan dalam Jadual 1, setiap instrumen kajian telah diuji dan nilai pekali kebolehpercayaan adalah tinggi (melebihi 0.6) iaitu faktor-faktor pemilihan KUIS 0.797, Publisiti dan Promosi 0.866 dan pesepsi terhadap KUIS adalah 0.906. Data hasil kajian ini dianalisis secara kuantitatif melalui perbandingan min bagi setiap konstruk.

HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Seramai 387 orang responden yang memberikan maklum balas terdiri daripada 142 (36.7%) pelajar lelaki dan 245 (63.3%) dengan majoritinya adalah pelajar lepasan SPM (68.7%) diikuti dengan pelajar lepasan STPM dan STAM sebanyak 19.4%, 9.8% lepasan Diploma dan selebihnya adalah lepasan Asasi dan Matrikulasi 2.1%.

Sementara itu taburan responden mengikut pengajian yang ditawarkan semasa pendaftaran adalah Akademi Islam (Sarjana Muda 20.7% dan Diploma 19.9%), Fakulti Pengurusan Muamalah (Sarjana Muda 8.3% dan Diploma 38.8%) , Fakulti Sains Teknologi Maklumat (Sarjana Muda 2.3% dan Diploma 8.8%) dan lain-lain sebanyak 1.3%.

Faktor Pendorong Kemasukan Pelajar Baharu ke KUIS

Rahmahtunnisah (2006) mendapati Perakuan Akreditasi LAN (sekarang MQA) terhadap kursus-kursus yang ditawarkan merupakan faktor utama yang mempengaruhi kemasukan pelajar ke IPTS Bumiputera yang dipilih. Selain itu bidang pengajian dan lokasi kampus turut menjadi faktor dalam menentukan kemasukan pelajar ke IPTS Bumiputera.

Yuzainee et.al (2011) menyatakan bahawa kualiti program yang diiktiraf merupakan faktor paling penting yang mempengaruhi keputusan pemilihan pelajar oleh kerana terdapat jaminan kebolehpasaran. Reputasi dan kemudahan prasarana sesebuah universiti pula menjadi faktor yang kedua dan ketiga penting dalam keputusan pemilihan tersebut. Namun menurut Sidek (2010), tajdid dalam ilmu dan pendidikan yang memberi fokus kepada asas pandangan semesta kepada perspektif fardu ain dan kifayah serta kualiti modal insan yang memiliki keupayaan teknologi dan keinsanan yang tinggi harus diserlahkan kembali.

Berdasarkan jadual 4 berikut menunjukkan terdapat perubahan tren yang mendorong pelajar dalam menentukan pemilihan mereka ke KUIS. Semua item dalam bahagian ini menunjukkan nilai purata yang tinggi dengan nilai purata keseluruhan sebanyak 3.9960. Mohd Najib (2003) mengkategorikan skor min 3.68 sehingga 5.00 adalah pada tahap skor tinggi, seperti jadual berikut.

Jadual 3: Pengkelasan Skor Min

Skor Min	Tahap Skor
1.00 - 2.33	Rendah
2.34 - 3.67	Sederhana
3.68 - 5.00	Tinggi

Hasil kajian ini mendapati para pelajar ini bukan lagi melihat aspek fizikal dan program semata-mata, malah menilai tentang hasil akhir yang mampu dicorakkan oleh oleh KUIS terutama dalam pembangunan dan pembentukan sahsiah pelajar. Faktor pemilihan pelajar tidak semata-mata menumpukan kepada perakuan MQA dan sifat fizikal KUIS. Purata faktor-faktor pendorong kemasukan pelajar baharu ke KUIS adalah seperti berikut;

Jadual 4: Purata Faktor Pendorong Kemasukan Pelajar Baharu ke KUIS

Pemboleh Ubah	Purata
1. Aktiviti masjid KUIS sangat membantu membentuk diri.	4.4031
2. Aktiviti pembelajaran di KUIS membantu pelajar berkomunikasi, bergaul dan bekerjasama.	4.2067
3. Bidang Pengajian yang ditawarkan menepati kehendak dan cita-cita.	4.1318
4. Aktiviti pembelajaran di KUIS membentuk nilai kejujuran, kepimpinan dan menepati masa.	4.1189
5. Bidang Pengajian yang ditawarkan menepati kehendak semasa.	4.0181
6. Perakuan MQA dan pengiktirafan lain yang diterima menjamin kualiti pendidikan yang disediakan.	4.0698
7. Aktiviti pembelajaran di KUIS membina daya kreativiti dan inovasi pelajar	3.9922
8. Aktiviti pembelajaran di KUIS membolehkan pelajar menghasilkan tugas yang berkualiti.	3.9742
9. Kemudahan pengajian yang disediakan adalah lengkap dan sangat membantu proses pembelajaran.	3.9690
10. Lokasi kampus adalah sangat strategik dan memudahkan.	3.9483
11. Bidang Pengajian yang ditawarkan menepati kehendak industri.	3.9308
12. Aktiviti ko-kurikulum dan persatuan/kelab di KUIS sangat membantu membentuk diri.	3.8062
13. Pinjaman dan biasiswa yang ditawarkan membolehkan Pembelajaran dijalankan tanpa kekangan kewangan.	3.6667
14. Yuran pengajian yang dikenakan adalah sangat berpatutan dengan kemudahan pembelajaran yang disediakan.	3.2817

PURATA KESELURUHAN 3.9960

Hasil pembelajaran meliputi pembangunan dan pembentukan sahsiah di KUIS dinilai tinggi oleh pelajar. Contohnya aktiviti masjid KUIS sangat membantu membentuk diri (4.4031), aktiviti pembelajaran di KUIS membantu pelajar berkomunikasi, bergaul dan bekerjasama (4.2067), bidang pengajian yang ditawarkan menepati kehendak dan cita-cita (4.1318), aktiviti pembelajaran di KUIS membentuk nilai kejujuran, kepimpinan dan menepati masa (4.1189) dan bidang pengajian yang ditawarkan menepati kehendak semasa (4.0181).

Hasil kajian ini turut menunjukkan bahawa usaha KUIS yang menjadikan Ta'dib sebagai suatu dasar dalam pembentukan Insan KUIS menunjukkan hasilnya. Strategi utama pelaksanaan ta'dib adalah dengan menjadikan Masjid Al-Azhar KUIS sebagai Nukleus Pendidikan agar berfungsi sebagai tempat ibadah dan menjadi tonggak pembangunan ummah yang merangkumi segenap kehidupan termasuklah ekonomi, politik dan sosial. Aziuddin Ahmad (2013) merangka dan membangunkan Dasar Ta'dib KUIS sebagai usaha merealisasikan gagasan Pendidikan Islam dalam erti kata yang sebenar berdasarkan 'Back in origin to chart the future' dalam membentuk insan ta'dibi yang terpelihara dan bermaruah.

Persaingan sihat dalam kebolepasaran kini menyokong dapatan ini dan merupakan antara faktor pendorong pemilihn pelajar ke IPT. Pelajar dan ibu bapa memerlukan institusi pendidikan yang mampu memenuhi kehendak pasaran dengan pelbagai kemahiran insaniah (soft skill), kemahiran kritikal dan kemahiran pembelajaran sepanjang hayat.

Nurkaliza et. al (2014) mendapati bahawa majikan mendapati tahap kemahiran insaniah bagi para pelajar KUIS yang menjalani latihan ilmiah pada tahun 2013 adalah sangat baik. Kajian yang melibatkan 115 majikan memberikan penilaian yang positif terhadap pelajar KUIS yang menjalani latihan industri sebagai berkeupayaan tinggi dalam dua elemen kemahiran insaniah yang digariskan oleh Kementerian Pengajian Tinggi seperti kemahiran komunikasi dan kemahiran sepanjang hayat.

Publisiti dan Promosi Pendidikan KUIS

A'Azmi Shahri (2004) menjelaskan terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kejayaan pemasaran produk pendidikan yang ditawarkan oleh institusi pendidikan tinggi swasta (IPTS) iaitu strategi pemasaran dan faktor persekitaran. Menurut Semenik (2002) pula promosi adalah medium pemasaran yang mampu mempengaruhi seseorang individu cenderung memilih jenama sesuatu produk atau perkhidmatan.

Hasil kajian ini mendapati bahawa laman sesawang KUIS berperanan besar dalam menyumbang kepada kecenderungan pemilihan pelajar ke KUIS.

Jadual 5: Purata Nilai bagi Publisiti dan Promosi

Pemboleh ubah	Purata
Laman Sesawang KUIS	4.1886
Ibu bapa	3.9044
Rakan-rakan	3.8424
Guru/Kaunselor Sekolah	3.3307

Berdasarkan Jadual 4 di atas, peranan ibu bapa, rakan-rakan dan guru atau kaunselor sekolah juga sangat mempengaruhi pemilihan pelajar ke KUIS. Keyakinan pelajar dan ibu bapa terhadap aktiviti-aktiviti pembangunan sahsiah yang sering dipaparkan pada laman sesawang menyumbang kepada kecenderungan pemilihan ini. Selain daripada itu, promosi yang berkesan juga diperoleh melalui komunikasi tidak formal (word-of-mouth) dalam kalangan ibu bapa, rakan-rakan, guru dan kaunselor sekolah .

Berdasarkan ujian korelasi (seperti dalam jadual 6) bagi melihat perhubungan antara faktor pemilihan KUIS dengan aktiviti publisiti dan promosi yang dijalankan mendapati terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pemilihan pelajar ke KUIS dengan aktiviti publisiti dan promosi yang dijalankan iaitu signifikan pada aras .353**.

Hasil kajian ini selari dengan dapatan George C. Dehne (2004) yang menyatakan reputasi sesuatu produk atau perkhidmtan adalah ditentukan oleh komunikasi tidak formal (word-of-mouth). Peranan Alumni atau manta pelajar berpotensi besar dalam membantu mempromosikan sesebuah institusi pengajian tinggi.

Jadual 6- Ujian Korelasi Perhubungan antara Faktor Pemilihan KUIS dengan Publisiti dan Promosi

Korelasi			
		Faktor Pemilihan KUIS	Pubisiti dan Promosi
Faktor Pemilihan KUIS	Pearson Korelasi	1	.353**
	Sig. (2-hala)		.000
	N	387	387
Publisiti dan Promosi	Pearson Korelasi	.353**	1
	Sig. (2-hala)	.000	
	N	387	387

** . Korelasi adalah signifikan pada tahap 0.01 (2-hala).

CADANGAN DAN KESIMPULAN

Kertas kerja ini merumuskan bahawa hasil pembelajaran yang ditawarkan oleh KUIS diyakini sebagai faktor utama yang mendorong kemasukan pelajar baharu ke KUIS. Faktor utama yang lain yang perlu diberi tumpuan ialah;

- i. Hasil pembelajaran yang bersifat pembangunan insaniah yang menekankan aspek pembentukan Insan kreatif, berinovasi dan bersifat hands-on.
- ii. Kepelbagaian aktiviti pembelajaran bagi menyokong kemahiran berkomunikasi, kepimpinan dan keyakinan diri yang tinggi.
- iii. Pengukuhan persekitaran pembelajaran yang harmoni dan tenteram bagi keberhasilan dalam proses penghayatan ilmu, iman dan amal secara menyeluruh terutama dalam mencapai matlamat KUIS untuk melahirkan Da'i, Ulama dan Umara'.

- iv. Menjadikan Laman Sawang KUIS sebagai pusat penyebaran informasi kepada masyarakat umum kerana sifatnya yang mudah dicapai, menarik dan menjadi hub publisiti dan promosi yang sentiasa dikemas kini.
- v. Mengukuhkan peranan Alumni KUIS sebagai medium pemasaran bagi mempromosikan bidang pengajian dan aktiviti KUIS.

Kesimpulannya, KUIS berupaya menjadi sebuah universiti yang berdaya saing, terutamanya dalam menawarkan program pengajian yang mempunyai niche integrasi ilmu Islam dan berupaya membentuk insan yang seimbang kukuh rohani dan sahsiah jasmani.

RUJUKAN

Abdul Hadi Awang, Nor' Adha Abdul Hamid, Mohd Farok Mat Noor, Norziah Othman, Nurkhaliza Khalid & Rahmahtunnisah Sailin. 2014. Analisa Tren Kemasukan Pelajar: Kajian Kes Di Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS). Proceeding 1st International Reseach Management and Innovation Conference 2014.

A'Azmi Shahri. 2004. Faktor Pengaruh Pemasaran di IPTS Malaysia: Satu Pandangan. Kuala Lumpur: Bahagian Perancangan dan Penyelidikan, Jabatan Pendidikan Swasta, Kementerian Pendidikan Malaysia.

Aziuddin Ahmad. 2013. Buku Panduan Dasar Ta'dib: Transformation of KUIS. Kuala Lumpur: Pusat Pembangunan Penyelidikan, KUIS.

Badaruddin Mohamed et. al. 2009. Laporan Akhir: Kajian Pelajar Antarabangsa di Malaysia. Kuala Lumpur: Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia.

George C. Dehne. 2004. The Future of Promotional Marketing in Higher Education(http://www.dehne.com/news_research/research_future_marketing.html)
Retrieved on 3rd November 2014

M. Y. Yuzainee, A. R. Fadhilah dan B. Faridah. 2001. Faktor Yang Mempengaruhi Pelajar Dalam Memilih Universiti: Kajian Kes. Proceeding Ist International Symposium On Conductive Learning Environment For Smart School. 134-147.

Mohd Najib Abdul Ghafar. 2003. Reka Bentuk Tinjauan Soal Selidik Pendidikan. Skudai: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.

Nurkaliza Khalid, Nor'Adha Abd. Hamid, Rahmahtunnisah Sailin, Norziah Othman, Abd. Hadi Awang, Mohd Farok Mat Nor.Importance of Soft Skills For Industrial Training Program: Employers' Perspective. Asian Journal of Social Sciences and Humanities, 3(4), 2014

Semenik J.S 2002. Promotion & Integrated Marketing Communication. Australia: South_Western/Thomsan Learning.

Sidek Baba. 2010. Tajdid Ilmu Dan Pendidikan. Pemikir Bil. 62(169-186).

Rahmahtunnisah Sailin. 2006. Persepsi Pelajar Terhadap Peranan Publisiti dan Promosi Pendidikan Dalam Mempengaruhi Kemasukan ke IPTS Bumiputera. Tesis Sarjana Komunikasi Korporat. Serdang: Universiti Putra Malaysia.