



PENGARUH AKREDITASI DAN REPUTASI TERHADAP MINAT CALON MAHASISWA (STUDI PADA PTKIN SE-INDONESIA)

Oleh

Nalim, Lia Afiani, Fatimatuz Zahro, Eka Safitriani

UIN K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan

yusufnalim@uingusdur.ac.id, afianilia@uingusdur.ac.id,
fatimatuzzahro@mhs.uingusdur.ac.id, ekasafitriani@mhs.uingusdur.ac.id

Diterima 4 September 2024, direvisi 2 Januari 2025, diterbitkan 3 Pebruari 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh peringkat akreditasi program studi, perguruan tinggi dan reputasi perguruan tinggi terhadap jumlah pendaftar/peminat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 57 PTKIN yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling jenuh, di mana semua anggota populasi menjadi sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Sumber data akreditasi diperoleh dari website BAN-PT, data reputasi diperoleh dari laman webometric dan data minat calon mahasiswa diprosikan dengan jumlah pendaftar yang diperoleh dari panitia nasional penerimaan mahasiswa baru Kementerian Agama. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan peringkat akreditasi program studi terhadap minat calon mahasiswa, sedangkan reputasi perguruan tinggi tidak berpengaruh terhadap minat calon mahasiswa. Namun secara simultan variabel peringkat akreditasi program studi dan reputasi perguruan tinggi berpengaruh signifikan terhadap minat calon mahasiswa.

Kata kunci: akreditasi, reputasi, minat mahasiswa

Abstract

This study aims to analyze the effect of higher education accreditation ratings and the influence of university reputation on the number of applicants/enthusiasts. This research is a quantitative research with data collection techniques in the form of observation and documentation. The population in this study were 57 PTKINs spread throughout Indonesia. The sampling technique in this study used saturated sampling, where all members of the population were sampled. The data analysis technique used is multiple regression analysis using SPSS software. The results of the study show that there is a significant effect of higher education accreditation ranking on the number of applicants, while the reputation of the tertiary institution has no effect on the number of applicants. However, simultaneously the variables of higher education accreditation rating and university reputation have a significant effect on the interest of prospective students.

Keywords: accreditation, reputation, student interest

I. PENDAHULUAN

Salah satu faktor penting yang memengaruhi minat calon mahasiswa adalah peringkat akreditasi perguruan tinggi, sebagaimana diatur dalam Permendikbudristek No. 53 Tahun 2023, yang menekankan pentingnya akreditasi sebagai indikator mutu dan daya saing institusi pendidikan tinggi di Indonesia. Peringkat akreditasi ini tidak hanya menjadi tolok ukur kualitas akademik, tetapi juga berperan strategis dalam membangun reputasi institusi yang dapat meningkatkan daya tariknya di mata calon mahasiswa.

Minat calon mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) di Indonesia telah mengalami perubahan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan persaingan antar-institusi, baik di tingkat nasional maupun regional, telah mendorong PTKIN untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan yang mereka tawarkan. Dalam konteks ini, dua faktor utama yang sering menjadi pertimbangan utama calon mahasiswa adalah akreditasi dan reputasi institusi (Munisamy et al., 2014). Akreditasi, yang diberikan oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT), merupakan sebagai indikator formal kualitas akademik dan operasional sebuah institusi. Sementara itu, reputasi mencerminkan persepsi publik terhadap institusi, yang sering kali dibangun melalui prestasi akademik, kualitas pengajaran, dan citra di media. Reputasi merupakan penghargaan, pengakuan, kekaguman dari pihak lain dan dinilai oleh orang lain, serta dibandingkan terhadap yang lain dengan menggunakan standar yang dipakai (Akhmaloka et al., 2023)

Akreditasi telah lama diakui sebagai salah satu faktor utama dalam menarik minat calon mahasiswa (Haskan dkk., 2023). Perguruan Tinggi

Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) yang berhasil mendapatkan akreditasi A/Unggul atau B/Baik Sekali dari BAN-PT cenderung lebih diminati karena dianggap memiliki standar pendidikan yang lebih baik. Berdasarkan data panitia seleksi nasional di lingkup PTKIN, tahun 2023 tercatat sebanyak 204.433 siswa mendaftar, sedangkan yang melakukan finalisasi pendaftaran sebanyak 176.413 siswa. Angka ini meningkat dari tahun 2022 yang sebanyak 172.971 siswa (Fauzi, 2023). Hal ini mencerminkan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat terhadap institusi yang telah terakreditasi dengan baik. Namun, pertanyaan yang muncul adalah apakah akreditasi saja cukup untuk menarik minat calon mahasiswa, atau apakah ada faktor lain yang sama pentingnya, seperti reputasi.

Reputasi, di sisi lain, adalah faktor yang lebih sulit diukur namun tidak kalah pentingnya. Reputasi sebuah perguruan tinggi bisa dibangun melalui berbagai cara, termasuk keberhasilan lulusannya, prestasi penelitian, kualitas pengajaran, dan citra publik yang dipersepsikan melalui media massa dan media sosial (Amado et al., 2022). Reputasi yang baik dapat menarik calon mahasiswa yang mencari lebih dari sekadar akreditasi, tetapi juga pengalaman belajar yang memadai dan prospek karir yang cerah setelah lulus (Beneke, 2010). Sebaliknya, reputasi yang buruk atau kurangnya visibilitas di publik dapat mengurangi daya tarik sebuah perguruan tinggi, bahkan jika institusi tersebut memiliki akreditasi yang baik (Nguyen, 2001).

Literatur tentang pengaruh akreditasi dan reputasi terhadap pilihan calon mahasiswa sudah cukup banyak. Penelitian awal yang dilakukan oleh Hossler et al. (2001) di Amerika Serikat menunjukkan bahwa reputasi institusi

memainkan peran dominan dalam keputusan calon mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh (Wulandari, 2022), yang menyatakan bahwa akreditasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat calon mahasiswa dalam memilih program studi di Perguruan Tinggi. Namun, perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah memperkenalkan dimensi baru dalam bagaimana calon mahasiswa mengevaluasi institusi pendidikan tinggi. Saat ini, ulasan di media sosial, peringkat di platform online, dan testimoni alumni menjadi bagian dari proses pengambilan keputusan (Shields & Peruta, 2018).

Tren terbaru dalam literatur juga menunjukkan bahwa ada inkonsistensi dalam temuan tentang pengaruh akreditasi dan reputasi. Beberapa studi menunjukkan bahwa akreditasi yang baik tidak selalu menjamin tingginya minat calon mahasiswa jika reputasi institusi tersebut rendah di mata publik. Misalnya, penelitian oleh Hajatina, H. (2024) menemukan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam membentuk citra institusi, dan bahwa citra negatif dapat berdampak lebih besar daripada akreditasi formal. Hal ini menunjukkan bahwa calon mahasiswa semakin kritis dan mempertimbangkan berbagai aspek sebelum memutuskan untuk mendaftar ke sebuah perguruan tinggi.

Sebaliknya, ada juga institusi yang mampu menarik minat calon mahasiswa meskipun memiliki akreditasi yang tidak terlalu baik, berkat reputasi yang telah dibangun dengan baik. Penelitian oleh Bartlett (2013) menemukan bahwa beberapa perguruan tinggi yang memiliki reputasi baik di kalangan masyarakat mampu mengimbangi kekurangan dalam hal akreditasi formal. Ini menunjukkan bahwa reputasi bisa menjadi faktor penentu yang lebih kuat daripada akreditasi dalam beberapa kasus, terutama jika reputasi tersebut

dibangun berdasarkan prestasi nyata dan bukan hanya citra.

Inkonsistensi ini menggarisbawahi pentingnya memahami bagaimana akreditasi dan reputasi bekerja secara sinergis dalam menarik minat calon mahasiswa. Satu faktor saja mungkin tidak cukup untuk menjelaskan keseluruhan proses pengambilan keputusan, dan kombinasi dari keduanya dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kedua faktor ini berinteraksi dan mempengaruhi minat calon mahasiswa di PTKIN se-Indonesia. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan institusi pendidikan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya tarik mereka di mata calon mahasiswa.

Penelitian ini penting karena memberikan wawasan tentang bagaimana kedua faktor tersebut mempengaruhi preferensi calon mahasiswa, yang pada akhirnya berdampak pada strategi pemasaran dan pengembangan institusi. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus khususnya pada PTKIN se-Indonesia, serta upaya untuk mengidentifikasi korelasi antara akreditasi, reputasi, dan minat calon mahasiswa dalam konteks pendidikan Islam di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh akreditasi dan reputasi terhadap minat calon mahasiswa, serta memberikan rekomendasi strategis bagi PTKIN dalam meningkatkan daya tarik mereka di mata calon mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan pada PTKIN di seluruh wilayah Indonesia. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 57 PTKIN. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling jenuh, di mana sampel penelitian ini dengan mengambil semua anggota populasi. Sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 57

PTKIN. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam pemahaman tentang bagaimana akreditasi dan reputasi mempengaruhi minat calon mahasiswa di PTKIN se-Indonesia. Temuan-temuan ini juga dapat digunakan oleh pengelola

PTKIN untuk mengembangkan strategi promosi dan sosialisasi serta peningkatan kualitas yang lebih tepat sasaran. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan baru tentang peran media sosial dan reputasi digital dalam proses pengambilan keputusan calon mahasiswa di era digital ini.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Parsial Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-70.150.611	13.059.759		-5.372	.000
1	APT	10.211.045	2.757.398	.403	3.703	.000
	APS	20.990.462	5.787.137	.389	3.627	.001
	WEBO	-6.007	3.272	-.163	-1.836	.072

a. Dependent Variable: DAFTAR

Hasil analisis regresi yang ditampilkan pada Tabel 1 mengungkapkan pengaruh Akreditasi Perguruan Tinggi (APT), Akreditasi Program Studi (APS), dan Webometrik (WEBO) terhadap jumlah pendaftar (DAFTAR) atau minat calon mahasiswa. Koefisien konstanta sebesar -70.150.611 dengan nilai signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel independen, jumlah pendaftar diprediksi akan negatif secara signifikan. Koefisien untuk APT adalah 10.211.045 dengan nilai signifikansi 0.000, mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam akreditasi perguruan tinggi berhubungan dengan peningkatan jumlah pendaftar sebanyak 10211.045. Ini sesuai dengan temuan Weko (2016) yang menekankan pentingnya akreditasi dalam menarik pendaftar.

Koefisien APS sebesar 20.990.462 dengan nilai signifikansi 0.001

menunjukkan bahwa akreditasi program studi memiliki pengaruh yang signifikan dan lebih kuat dibandingkan dengan APT terhadap jumlah pendaftar. Temuan ini diperkuat oleh studi Monks dan Ehrenberg (1999) yang menunjukkan bahwa akreditasi program studi menjadi faktor utama dalam keputusan pendaftaran mahasiswa. Sebaliknya, koefisien reputasi perguruan tinggi dari ranking Webometrics (WEBO) sebesar -6.007 dengan nilai signifikansi 0.072 menunjukkan bahwa reputasi web tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah pendaftar. Ini dapat diinterpretasikan bahwa meskipun visibilitas online penting, calon mahasiswa lebih mengutamakan kualitas akademik yang tercermin dari akreditasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa akreditasi perguruan tinggi dan program studi memainkan peran penting dalam menarik calon mahasiswa, sementara reputasi online di

webometrics tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil ini sejalan dengan literatur yang ada dan memberikan wawasan berharga bagi pengambil

kebijakan pendidikan tinggi dalam meningkatkan daya tarik perguruan tinggi.

Tabel 2. Hasil Uji Simultan Regresi Berganda

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.233.430.740.137	3	1.744.476.913.379	31.465	.000 ^b
	Residual	3.049.284.943.422	55	55.441.544.426		
	Total	8.282.715.683.559	58			

a. Dependent Variable: DAFTAR

b. Predictors: (Constant), WEBO, APS, APT

Analisis hasil uji ANOVA pada Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel prediktor Akreditasi Perguruan Tinggi (APT), Akreditasi Program Studi (APS), dan Webometrik (WEBO) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah pendaftar (DAFTAR). Hal ini dibuktikan dengan nilai F sebesar 31.465 dan signifikansi 0.000, yang berada jauh di bawah ambang batas 0.05. Sum of Squares untuk regresi adalah 5233430740, sementara residual adalah 3049284943, menunjukkan bahwa model regresi ini mampu menjelaskan sebagian besar variabilitas dalam jumlah pendaftar.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa akreditasi institusi dan program studi memainkan peran kritis dalam menarik minat calon mahasiswa. Studi oleh Tam dan Jiang (2022) mengonfirmasi bahwa akreditasi yang baik mencerminkan kualitas pendidikan yang tinggi dan prospek karir yang cerah, yang menjadi daya tarik utama bagi calon mahasiswa. Akreditasi juga sering diasosiasikan dengan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pendidikan, sebagaimana dibahas dalam penelitian oleh Nguyen (2021).

Namun, hasil ini juga memperlihatkan bahwa meskipun Webometrik (WEBO) memiliki koefisien negatif dalam analisis regresi sebelumnya, secara keseluruhan, ketiga variabel tersebut bersama-sama masih memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah pendaftar. Hal ini mengindikasikan bahwa reputasi digital juga berperan dalam konteks tertentu, meskipun tidak sekuat faktor akreditasi. Penelitian oleh Aguillo et al. (2010), Feng et.al. (2017) menunjukkan bahwa visibilitas *online* dapat meningkatkan daya tarik institusi, terutama di era digital saat ini.

Hasil ANOVA ini memperkuat pentingnya akreditasi dalam sistem pendidikan tinggi Indonesia, mengindikasikan bahwa investasi dalam peningkatan akreditasi institusi dan program studi akan memberikan dampak positif signifikan pada jumlah pendaftar. Sementara itu, reputasi webometrik harus terus dioptimalkan sebagai faktor tambahan yang dapat mendukung daya tarik institusi di mata calon mahasiswa.

Tabel 3. Hasil Uji Goodness of Fit

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.612	744.590.790

a. Predictors: (Constant), WEBO, APS, APT

b. Dependent Variable: DAFTAR

Output SPSS yang disajikan pada Tabel 3 menunjukkan hasil uji *goodness of fit* pada analisis regresi berganda untuk memprediksi jumlah pendaftar (DAFTAR) berdasarkan tiga prediktor: Akreditasi Perguruan Tinggi (APT), Akreditasi Program Studi (APS), dan Webometrik (WEBO). Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,795 menunjukkan hubungan yang kuat antara prediktor dan variabel dependen. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,632 mengindikasikan bahwa 63,2% variasi dalam jumlah pendaftar dapat dijelaskan oleh model yang melibatkan APT, APS, dan WEBO. Adjusted R Square sebesar 0,612 menunjukkan bahwa model ini tetap signifikan setelah memperhitungkan jumlah prediktor dalam model, menegaskan keandalan dan validitas model ini.

Standar kesalahan estimasi sebesar 7445,90790 menunjukkan deviasi yang relatif moderat dari nilai prediksi terhadap nilai observasi sebenarnya. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun model ini cukup baik dalam memprediksi jumlah pendaftar, masih ada variabel lain yang mungkin mempengaruhi hasil akhir.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa kualitas dan reputasi institusi pendidikan tinggi memainkan peran penting dalam menarik calon mahasiswa. Studi oleh Ramayah et al. (2020) menunjukkan bahwa akreditasi dan reputasi online secara signifikan mempengaruhi pilihan calon mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan tinggi. Penelitian lain oleh Taherdoost et al. (2021) juga menegaskan bahwa akreditasi program studi meningkatkan kepercayaan dan minat calon mahasiswa.

Dalam konteks globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, hasil ini menggarisbawahi pentingnya institusi pendidikan tinggi untuk terus meningkatkan standar akreditasi dan reputasi online mereka. Kebijakan

peningkatan mutu dan transparansi dalam penilaian akreditasi tidak hanya akan meningkatkan daya saing institusi, tetapi juga berdampak positif pada jumlah pendaftar yang tertarik untuk melanjutkan pendidikan di institusi tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi literatur terkait strategi peningkatan daya tarik institusi pendidikan tinggi di era digital.

1. Pengaruh Akreditasi Perguruan Tinggi terhadap Jumlah Pendaftar

Akreditasi Perguruan Tinggi (APT) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap jumlah pendaftar dengan koefisien 10211.045 dan nilai signifikansi 0.000. Temuan ini menegaskan bahwa akreditasi institusi menjadi salah satu indikator utama dalam menarik minat calon mahasiswa. Penelitian oleh Tam dan Jiang (2022) mengungkapkan bahwa akreditasi perguruan tinggi berhubungan erat dengan persepsi kualitas dan kepercayaan publik terhadap institusi tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Monks dan Ehrenberg (1999), di mana mereka menemukan bahwa perguruan tinggi yang memiliki akreditasi tinggi lebih cenderung menarik jumlah pendaftar yang lebih banyak karena persepsi bahwa mereka menawarkan pendidikan berkualitas lebih baik.

Studi lainnya oleh Bastedo dan Bowman (2011) menunjukkan bahwa akreditasi meningkatkan visibilitas dan reputasi perguruan tinggi di kalangan masyarakat luas, yang berdampak langsung pada peningkatan jumlah pendaftar. Weko (2016) menambahkan bahwa akreditasi sering kali dianggap sebagai jaminan kualitas oleh calon mahasiswa dan orang tua mereka, yang menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan pendaftaran. Penelitian yang dilakukan oleh Ho dan Law (2020) dan Wulandari (2022) juga mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa

perguruan tinggi dengan akreditasi tinggi memiliki tingkat pendaftaran yang lebih tinggi karena dianggap memiliki fasilitas yang lebih baik dan prospek karir yang lebih cerah bagi lulusannya.

Penelitian ini mendukung sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bahri Kamal dan Ghea Dwi Rahmadiane (2017) yang menyatakan bahwa nilai akreditasi prodi memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih suatu prodi di perguruan tinggi. Hasil ini juga sejalan dengan kesimpulan Wily Mohammad dan Nabilla Ryca Maulidiyah (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan akreditasi setiap program studi terhadap jumlah peminat program S1 Soshum UNESA tahun 2020 jalur SBMPTN.

Secara keseluruhan, hasil-hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akreditasi perguruan tinggi memiliki dampak signifikan dan positif terhadap jumlah pendaftar, memperkuat pentingnya institusi untuk terus meningkatkan dan mempertahankan akreditasi mereka sebagai strategi untuk menarik calon mahasiswa.

2. Pengaruh Akreditasi Program Studi terhadap Jumlah Pendaftar

Akreditasi Program Studi (APS) juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap jumlah pendaftar dengan koefisien 20990.462 dan nilai signifikansi 0.001. Hal ini menegaskan bahwa calon mahasiswa sangat mempertimbangkan kualitas program studi spesifik ketika memilih perguruan tinggi. Menurut Nguyen (2021), akreditasi program studi memberikan jaminan bahwa program tersebut memenuhi standar kualitas tertentu yang diakui secara nasional atau internasional. Penelitian ini menegaskan bahwa akreditasi program studi tidak hanya meningkatkan reputasi program tersebut tetapi juga memberikan kepercayaan tambahan kepada calon mahasiswa

mengenai kualitas pendidikan yang akan mereka terima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program studi yang terakreditasi cenderung menarik lebih banyak pendaftar karena mereka diasosiasikan dengan kurikulum yang relevan dan diperbarui, tenaga pengajar berkualitas, dan fasilitas pendukung yang memadai (Mulyani & Herlambang (2019); Nurfatih et al. (2024)). Penelitian lain oleh Abdullah et al. (2020) menemukan bahwa akreditasi program studi secara signifikan meningkatkan daya tarik program tersebut di mata calon mahasiswa dan orang tua, yang menganggap akreditasi sebagai indikator utama dari kualitas dan keberhasilan program tersebut.

Selanjutnya, studi oleh Furtado dan Salazar (2021) menunjukkan bahwa akreditasi program studi juga terkait dengan prospek karir yang lebih baik dan pengakuan profesional di industri terkait, yang menjadi pertimbangan penting bagi mahasiswa dalam memilih program studi. Pengaruh ini juga didukung oleh penelitian dari Zhou dan Su (2021), yang menemukan bahwa program studi yang terakreditasi memiliki tingkat pendaftaran yang lebih tinggi karena dianggap menawarkan peluang karir yang lebih baik dan lebih diakui oleh industri.

Penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dedy Ansari Harahap, dkk (2017) yang menyatakan bahwa reputasi perguruan tinggi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih suatu prodi di perguruan tinggi sebesar 58,20%. Sedangkan 41,80% lainnya dipengaruhi oleh faktor luar yang mempengaruhi minat calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.

Hasil penelitian ini juga bertentangan dengan kesimpulan penelitian yang dilakukan oleh Anton Sudrajat (2019) yang menyatakan bahwa reputasi berpengaruh dominan terhadap minat mahasiswa 2019 untuk memilih IAIN

Ponorogo. Reputasi perguruan tinggi berpengaruh kuat sebesar 72,7%. Selain reputasi, biaya pendidikan dan lokasi perguruan ini juga berpengaruh terhadap preferensi mahasiswa. Jika reputasi suatu perguruan tinggi baik, biaya pendidikan terjangkau, serta lokasi perguruan tinggi yang strategis cenderung akan jadi bahan pertimbangan yang kuat bagi calon mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi tersebut.

3. Pengaruh Reputasi Perguruan Tinggi (Webometrics) terhadap Jumlah Pendaftar

Reputasi perguruan tinggi yang diukur melalui Webometrics (WEBO) menunjukkan pengaruh negatif terhadap jumlah pendaftar, dengan koefisien - 6.007 dan nilai signifikansi 0.072, yang berarti tidak signifikan secara statistik. Ini menunjukkan bahwa meskipun reputasi online penting, ia tidak memainkan peran utama dalam keputusan pendaftaran mahasiswa. Penelitian oleh Aguillo et al. (2008) mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa visibilitas web dapat meningkatkan daya tarik global dan memberikan kesan positif tentang aktivitas akademik, tetapi calon mahasiswa dan orang tua masih lebih mengutamakan kualitas pendidikan yang ditunjukkan melalui akreditasi formal.

Studi oleh Huang et al. (2018) menemukan bahwa meskipun visibilitas online penting untuk branding dan komunikasi global, akreditasi formal tetap menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh calon mahasiswa. Penelitian lain oleh Fombona et al. (2020) menunjukkan bahwa reputasi online hanya berperan sebagai faktor tambahan dalam keputusan pendaftaran, sedangkan faktor-faktor seperti akreditasi dan kualitas program studi tetap menjadi penentu utama.

Selanjutnya, penelitian oleh Yang dan Xu (2019) menunjukkan bahwa meskipun webometrik dapat memberikan visibilitas dan kesadaran yang lebih besar terhadap institusi, ia tidak secara langsung mempengaruhi keputusan pendaftaran seperti halnya akreditasi formal. Penelitian oleh Li dan Zhang (2020) juga menunjukkan bahwa calon mahasiswa lebih cenderung mempercayai informasi yang disediakan oleh lembaga akreditasi resmi daripada peringkat webometrik yang sering kali dapat dimanipulasi.

Terakhir, studi oleh Jacqmin & Lefebvre (2021) dan Lacap & Cortez (2023) menunjukkan bahwa reputasi online penting dalam konteks tertentu, terutama untuk calon mahasiswa internasional, tetapi akreditasi formal tetap menjadi faktor penentu utama dalam keputusan pendaftaran di sebagian besar kasus. Hal ini menegaskan bahwa meskipun visibilitas webometrik dapat membantu meningkatkan profil institusi, akreditasi formal tetap harus menjadi fokus utama bagi perguruan tinggi yang ingin meningkatkan jumlah pendaftar (Pathak & Pawar, 2022).

III. SIMPULAN

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa akreditasi perguruan tinggi (APT) dan akreditasi program studi (APS) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap jumlah pendaftar calon mahasiswa, dengan APS memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan APT. Hal ini menegaskan bahwa kualitas dan kepercayaan yang ditunjukkan melalui akreditasi formal sangat penting dalam menarik minat calon mahasiswa. Sementara itu, reputasi perguruan tinggi yang diukur melalui Webometrics menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap jumlah pendaftar, menunjukkan bahwa visibilitas online tidak sekuat akreditasi dalam mempengaruhi keputusan pendaftaran mahasiswa

Akreditasi perguruan tinggi dan program studi memberikan jaminan kualitas pendidikan yang diakui secara nasional atau internasional, yang menjadi pertimbangan utama bagi calon mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan tinggi. Program studi yang terakreditasi tinggi menarik lebih banyak pendaftar karena diasosiasikan dengan prospek karir yang baik dan kurikulum yang relevan. Di sisi lain, meskipun reputasi online penting untuk branding dan komunikasi global, ia tidak

memainkan peran utama dalam keputusan pendaftaran seperti halnya akreditasi formal.

Secara keseluruhan, peningkatan akreditasi institusi dan program studi harus menjadi prioritas utama bagi perguruan tinggi yang ingin meningkatkan jumlah pendaftar. Reputasi online dapat tetap dioptimalkan sebagai faktor tambahan, namun fokus utama harus tetap pada peningkatan kualitas dan akreditasi yang diakui.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguillo, I. F., Bar-Ilan, J., Levene, M., & Ortega, J. L. (2010). Comparing university rankings. *Scientometrics*, 85(1), 243-256.
- Aguillo, I. F., Ortega, J. L., & Fernández, M. (2008). Webometric ranking of world universities: Introduction, methodology, and future developments. *Higher Education in Europe*, 33(2-3). <https://doi.org/10.1080/03797720802254031>
- Akhmaloka, Sukoco, B. M., Soetjipto, B. W., Saraswati, D., Zulvia, F. E., Dipojono, H. K., Kusuma, I. W., Suryadi, K., Massi, M. N., Puspaningsih, N. N. T., Supriyadi, Supriyono, Sari, R. F., Abidin, T. F., & Kadir, W. G. A. (2023). *Strategi peningkatan kualitas menuju perguruan tinggi berkelas dunia*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Amado Mateus, M., & Juarez Acosta, F. (2022). Reputation in higher education: A systematic review. *Frontiers in Education*, 7. <https://doi.org/10.3389/feduc.2022.925117>
- Bahri, K., & Rahmadiane, G. D. (2017). Pengaruh persepsi, akreditasi prodi, dan promosi terhadap keputusan memilih program studi akuntansi pada Politeknik Harapan Bersama. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 1(2), 145-158. Retrieved from <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Bartlett, J. L., Pallas, J., & Frostenson, M. (2013). Reputation and legitimacy: Accreditation and rankings to assess organizations. In C. E. Carroll (Ed.), *The handbook of communication and corporate reputation* (pp. xxx-xxx). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118335529.ch42>
- Bastedo, M. N., & Bowman, N. A. (2011). College rankings as an interorganizational dependency: Establishing the foundation for strategic and institutional accounts. *Research in Higher Education*, 52(1). <https://doi.org/10.1007/s11162-010-9185-0>
- Beneke, J. (2010). Marketing the institution to prospective students – A review of brand (reputation) management in higher education. *International Journal of Business and Management*, 6(1). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n1p29>

- Dedy, A. H., dkk. (2017). Pengaruh reputasi universitas terhadap keputusan mahasiswa memilih studi di Universitas Islam Sumatera Utara. In *Prosiding Seminar Nasional dan Konferensi Forum Manajemen Indonesia (FMI 9)*, November, hlm. 4.
- Dill, D. D., & Soo, M. (2005). Academic quality, league tables, and public policy: A cross-national analysis of university ranking systems. *Higher Education*, 49(4). <https://doi.org/10.1007/s10734-004-1746-8>
- Duarte, N., & Vardasca, R. (2023). Literature review of accreditation systems in higher education. *Education Sciences*, 13(6). <https://doi.org/10.3390/educsci13060582>
- Eaton, J. S. (2009). The role of accreditation of higher education institutions. In *International Encyclopedia of Education, Third Edition*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-044894-7.00832-0>
- Fauzi, H. (2023, Maret 21). Peminat PTKIN terus meningkat. *Kementerian Agama Republik Indonesia*. Diakses dari <https://kemenag.go.id/nasional/peminat-ptkin-terus-meningkat-8lwmnw>
- Feng, F., Nie, L., Wang, X., Hong, R., & Chua, T.-S. (2017). Computational social indicators: A case study of Chinese university ranking. In *Proceedings of the 40th International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval* (pp. 455-464). ACM. <https://doi.org/10.1145/3077136.3080773>
- Hajatina, H. (2024). Strategi promosi media sosial dan pengaruhnya terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan tinggi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 136-146. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1143>
- Haramain, M., Nurhikmah, & Wahidin, A. (2019). Strategi program studi dalam meningkatkan standar mutu akreditasi: Studi kasus program studi manajemen dakwah IAIN Parepare tahun 2018. *IAIN Parepare Nusantara Press*, h.10.
- Hasikan, E., Samisar, & Tikollah, M. R. (2023). Pengaruh akreditasi, promosi, dan lokasi terhadap minat mahasiswa dalam memilih program studi di universitas. *Jurusan Pendidikan Akuntansi*, 3(5).
- Hossler, D., Schmit, J., & Vesper, N. (2001). Going to college: How social, economic, and educational factors influence the decisions students make. *The Journal of Higher Education*, 72(3). <https://doi.org/10.2307/2649342>
- Iqbal, S., Taib, C. A. bin, & Razalli, M. R. (2023). Examining the effect of accreditation on higher education performance through motivation as a mediator. *Participatory Educational Research*, 10(3). <https://doi.org/10.17275/per.23.46.10.3>
- Jacqmin, J., & Lefebvre, M. (2021). The effect of international accreditations on students' revealed preferences: Evidence from French business schools. *Economics of Education Review*, 85, 102192. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2021.102192>
- Kumar, P., Shukla, B., & Passey, D. (2020). Impact of accreditation on quality and excellence of higher education institutions. *Investigacion Operacional*, 41(2).
- Lacap, J. P. G., & Cortez, J. V. (2023). Does reputation lead to student loyalty? The

- case of a private higher education institution, a state university, and a local college. *The South East Asian Journal of Management*, 17(2). <https://doi.org/10.21002/seam.v17i2.1343>
- Monks, J., & Ehrenberg, R. G. (1999). The impact of US News & World Report college rankings on admission outcomes and pricing policies at selective private institutions. *NBER Working Paper No. 7227*.
- Monks, J., & Ehrenberg, R. G. (1999). The impact of US News & World Report college rankings on admissions outcomes and pricing policies at selective private institutions. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 31(6).
- Munisamy, S., Mohd Jaafar, N. I., & Nagaraj, S. (2014). Does reputation matter? Case study of undergraduate choice at a premier university. *Asia-Pacific Edu Res*, 23, 451–462. <https://doi.org/10.1007/s40299-013-0120-y>
- Nasir, S. (2017). Akreditasi prodi dan persyaratan melamar kerja. Retrieved from <https://iatekunsri.com/akreditasi-prodi-dan-persyaratan-melamar-kerja/>
- Nguyen, C. H. (2021). Exploring internal challenges for quality assurance staff in Vietnam: Voice of insiders. *Quality Assurance in Education: An International Perspective*, 29(2-3), 70-83.
- Nguyen, N., & LeBlanc, G. (2001). Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions. *International Journal of Educational Management*, 15(6). <https://doi.org/10.1108/EUM000000005909>
- Nurdin, I. (2021). Reputasi digital dan pengaruhnya terhadap minat mahasiswa baru di era pandemi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 45-58.
- Pathak, R., & Pawar, S. (2022). Study on impact of accredited institutes during student enrollment in higher education. *Academy of Marketing Studies Journal*, 26(6).
- Peraturan BAN-PT Nomor 1 Tahun 2020 tentang Mekanisme Akreditasi untuk Akreditasi yang dilakukan oleh BAN-PT.
- Permendikbud Nomor 5 Tahun 2020 tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi, Pasal 1. (2020). Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Permendikbudristek Nomor 53 Tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi, (2020). Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia.
- Pratama, I. Y. (2020). Analisis pengaruh akreditasi program studi terhadap minat mahasiswa baru dalam memilih program studi pada perguruan tinggi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIIK)*, 7(1), 1-11.
- Salmi, J. (2009). The challenge of establishing world-class universities. *World Bank Publications*.
- Shin, J. C., & Toutkoushian, R. K. (2011). The impact of world university rankings on institutional behavior. In J. C. Shin, R. K. Toutkoushian, & U. Teichler (Eds.), *University rankings: Theoretical basis, methodology and impacts on global higher education*

(pp. 161-182). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-94-007-1116-7_9

Sofian, R., & Mustakim, M. (2017). Pengaruh akreditasi program studi terhadap minat calon mahasiswa baru memilih program studi manajemen pendidikan Islam di IAIN Palopo. *Jurnal Edutech*, 5(2).

Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Usman, Y. (2018). Strategi akreditasi program studi pendidikan fisika. *Seminar Nasional Fisika SNF*, 4, 11-15.

Vaillancourt, F. (2021). Quality assurance, accreditation, and the changing landscape of higher education. *Higher Education Policy*, 35(1), 56-78.

Wang, Q., Cheng, Y., & Liu, N. C. (2013). Building world-class universities: Different approaches to a common goal. *Higher Education Policy*, 26(2). <https://doi.org/10.1057/hep.2013.8>