

# STRATEGI PENGAMBILAN PELAJAR DAN KEPUASAN PELANGGAN: TINJAUAN DI KALANGAN PELAJAR KOLEJ KOMUNITI TAMBUNAN

## *STUDENT RECRUITMENT STRATEGIES AND CUSTOMER SATISFACTION: A SURVEY AMONG TAMBUNAN COMMUNITY COLLEGE STUDENTS*

Anabil Binti Ubil<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Unit Pengambilan Dan Pembangunan Pelajar, Kolej Komuniti Tambunan (KKTBS), Malaysia,  
(Email: anabil@kktbs.edu.my)

### Article history

Received date : 19-10-2023

Revised date : 20-10-2023

Accepted date : 14-12-2023

Published date : 31-12-2023

### To cite this document:

Ubil, A.,(2023) Strategi Pengambilan Pelajar Dan  
Kepuasan Pelanggan: Tinjauan Di Kalangan Pelajar  
Kolej Komuniti Tambunan. *Jurnal Penyelidikan Sains  
Sosial (JOSSR)*, 6(21), 126 - 132.

**Abstrak:** Sejak era Pandemik Covid-19, jumlah pelajar baharu yang mendaftar di Kolej Komuniti Tambunan agak berkurangan untuk program Sijil Perjalanan Pelancongan. Oleh itu, kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti strategi pengambilan pelajar baharu yang lebih berkesan dan seterusnya menilai tahap kepuasan pelajar terhadap strategi yang digunakan oleh Kolej Komuniti Tambunan untuk menarik pendaftaran pelajar baharu. Kajian ini melibatkan pelajar semasa dari semester 1 hingga semester 4. Data diperolehi melalui borang soal selidik yang diedarkan kepada responden menggunakan google form. Instrumen kajian yang digunakan ialah set soal selidik yang mengandungi 26 item berdasarkan skop kajian. Soal selidik terbahagi kepada tiga bahagian iaitu bahagian A melibatkan latar belakang responden, bahagian B dan C melibatkan respons responden terhadap aspek yang dikaji. Analisis data diperolehi dan data diproses menggunakan perisian SPSS (Statistical Packages for Social Science). Secara keseluruhannya, dapatan kajian menunjukkan majoriti responden bersetuju bahawa institusi perlu menawarkan pelbagai program biasiswa dan bantuan kewangan untuk menarik minat pelajar sebagai strategi terpenting. Bagi analisis kepuasan pelanggan, secara purata majoriti responden berpuas hati dengan strategi yang digunakan oleh pihak institusi dalam menarik pelajar baharu. Secara umumnya, dapatan kajian ini boleh digunakan pada masa hadapan untuk merancang dan mengatur aktiviti dan program berkaitan promosi pengambilan pelajar agar dapat memenuhi norma pengambilan pelajar.

**Kata Kunci:** Strategi Pengambilan Pelajar, Tahap Kepuasan Pelanggan, Kolej Komuniti Tambunan

**Abstract:** Since the era of the Covid-19 Pandemic, the number of new students enrolled at Tambunan Community College has decreased somewhat for the Tourism Travel Certificate program. Therefore, this study was conducted to identify a more effective new student recruitment strategy and further assess the level of student satisfaction with the strategy used by Tambunan Community College to attract new student registration. This study involves current

*students from semester 1 to semester 4. Data is obtained through a questionnaire distributed to respondents using google form. The research instrument used is a set of questionnaires containing 26 items based on the scope of the study. The questionnaire is divided into three parts, namely part A, involving the respondent's background, parts B and C involving the respondent's response to the aspects studied. Data analysis obtained and data processed using SPSS (Statistical Packages for Social Science) software. Overall, the findings of the study show that the majority of respondents agree that institutions should offer various scholarship and financial aid programs to attract students as the most important strategy. For customer satisfaction analysis, on average the majority of respondents are satisfied with the strategy used by the institution in attracting new students. In general, the findings of this study can be used in the future to plan and organize activities and programs related to the promotion of student recruitment in order to be able to meet student recruitment norms*

**Keywords:** *Student Recruitment Strategy, Customer Satisfaction Level, Tambunan Community College*

---

## **Pengenalan**

Promosi kemasukan pelajar baru ke Institusi Pengajian Tinggi (IPT) lazimnya dijalankan oleh setiap institusi masing-masing pada setiap semester. Namun begitu, tidak semua institusi berjaya menarik pelajar baru mengikut norma yang ditetapkan. Kurangnya pendaftaran pelajar baru di IPT disebabkan oleh beberapa faktor yang mungkin merangkumi isu-isu seperti kurangnya kesedaran tentang program-program yang ditawarkan, persepsi negatif terhadap kualiti pendidikan, atau kekurangan strategi pemasaran yang efektif. Terdapat segelintir masyarakat mungkin tidak memahami sepenuhnya kepelbagaian program yang ditawarkan oleh institusi masing-masing atau tidak menyedari peluang pekerjaan yang boleh diperoleh melalui program tersebut. Kurangnya kesedaran ini boleh menyebabkan potensi pelajar baru mencari alternatif pendidikan yang lebih terkenal atau berprestij.

Selain itu, terdapat persepsi negatif terhadap kualiti pendidikan di sebahagian institusi juga mungkin menjadi faktor. Jika masyarakat atau calon pelajar memiliki pandangan bahawa institusi tidak menyediakan pendidikan yang setara dengan institusi-institusi yang lebih besar, ini boleh menghalang minat mereka untuk mendaftar. Pada tahun 2021, akhbar tempatan telah melaporkan bahawa kurangnya pendaftaran ke IPT di mana kemasukan pelajar IPT tidak sampai 50 peratus disebabkan ramai lepasan SPM mengambil keputusan untuk terus bekerja daripada menyambung pengajian disebabkan pelbagai faktor (Omar Zin, 2021). Pendidikan adalah penting kepada pelajar lepasan SPM kerana ia membentuk asas untuk perkembangan intelektual, sosial, dan profesional mereka. Melalui pendidikan, pelajar mendapat peluang untuk meningkatkan pengetahuan dan kemahiran yang diperlukan untuk menghadapi cabaran di dunia moden yang terus berubah. Pendidikan juga memainkan peranan penting dalam membentuk sikap, nilai, dan etika pelajar, membantu mereka menjadi individu yang bertanggungjawab dan berdikari. Selain itu, melalui peluang pendidikan, pelajar lepasan SPM dapat menjelajahi bidang minat mereka, mengejar kecemerlangan akademik, dan memperoleh persediaan yang mencukupi untuk memasuki pasaran kerja atau sambung pengajian ke peringkat yang lebih tinggi. Dengan mendapatkan pendidikan yang baik, pelajar memiliki peluang yang lebih baik untuk mencapai kejayaan dalam kerjaya mereka dan turut menyumbang kepada pembangunan masyarakat secara keseluruhan.

Berdasarkan kepada senario ini, langkah-langkah perlu diambil untuk memperbaiki dan menyelaraskan persepsi ini dengan realiti kecemerlangan dan peluang yang ditawarkan oleh setiap institusi khususnya Kolej Komuniti Tambunan, Sabah. Selain itu, meningkatkan usaha pemasaran, memberi penekanan kepada kejayaan alumni, dan memberikan informasi yang jelas tentang faedah pengajian di Kolej Komuniti yang mungkin dapat meningkatkan jumlah pendaftaran pelajar baru. Oleh yang demikian, objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti strategi pengambilan pelajar yang lebih efektif dan sejauh mana tahap kepuasan pelanggan di kalangan mahasiswa Kolej Komuniti Tambunan. Kajian ini akan memberi tumpuan kepada aspek-aspek tertentu seperti kesedaran terhadap program-program yang ditawarkan, persepsi terhadap kualiti pendidikan, dan pelaksanaan strategi pengambilan pelajar, dengan tujuan untuk menyusun cadangan pembaikan atau penambahbaikan yang berkaitan dengan meningkatkan keberkesanan strategi dan memberi peningkatan kepada kepuasan pelanggan berkaitan dengan promosi pengambilan pelajar baru.

### **Objektif Kajian**

- a) Menenal pasti strategi pengambilan pelajar baru yang lebih efektif
- b) Menilai tahap kepuasan pelajar terhadap strategi yang digunakan oleh Kolej Komuniti Tambunan untuk menarik pendaftaran pelajar baru.

### **Sorotan Kajian**

Kurang minat pelajar lepasan Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) untuk melanjutkan pengajian ke peringkat tinggi semakin menjadi sorotan dalam perbualan masyarakat pada masa kini. Menurut data yang dikeluarkan oleh Jabatan Perangkaan Malaysia pada tahun 2022, sebanyak 72% pelajar lepasan SPM tidak menunjukkan minat untuk meneruskan pengajian ke peringkat diploma atau ijazah setelah menamatkan SPM (Abdullah et al., 2022). Menurut Mat et al. (2022) pendaftaran pelajar baru ke IPT di seluruh negara mengalami kemerosotan, sebagai contoh Pusat Tamhidi Universiti Sains Islam Malaysia (USIM), mengalami penurunan 21.3 peratus pada tahun 2022 berbanding dengan bilangan pelajar yang mendaftar pada tahun 2021 (Mat et al., 2022). Dapatan ini menunjukkan adanya penurunan signifikan dalam minat atau jumlah pelajar yang memilih untuk menyambung pengajian di IPT. Ini kerana pelajar yang mempunyai minat yang tinggi dalam aktiviti pembelajaran cenderung untuk bersedia dan teruskan usaha belajar mereka. Minat ini dapat dianggap sebagai pendorong positif yang menjadikan proses pembelajaran lebih berkesan dan bermakna bagi pelajar (Omar, 2022).

Berdasarkan situasi ini, institusi perlu menambah baik strategi untuk menarik pelajar baru untuk belajar. Antara faktor yang mungkin menyumbang kepada kemerosotan ini boleh melibatkan isu-isu seperti lambakan pengangguran dalam kalangan graduan (Hamzah, 2022) di mana dilihat lepasan IPT juga gagal mendapatkan pekerjaan. Sebagai strategi promosi pelajar baru, institusi boleh menunjukkan hubungan kolaborasi IPT dengan industri supaya dilihat graduan mempunyai hala tuju selepas pengajian (Ros et al., 2021); menggunakan media sosial sebagai medium promosi (Arsad et al., 2022); menggunakan influencer (Matlin et al., 2023); menunjukkan pencapaian alumni institusi (Ahmad et al., 2021; Rasidi et al., 2021); aktif mengikuti pameran pendidikan untuk mempromosikan institusi (Nordin et al., 2022); bantuan kewangan kepada pelajar susah (Abd Rahim et al., 2023; Jamri & Ishak, 2023); dan Lawatan sekolah menengah ke universiti untuk memberi peluang kepada pelajar merasai kehidupan di kampus (Sinar Harian, 2023).

### Metodologi Kajian

Responden bagi kajian ini adalah pelajar-pelajar Kolej Komuniti Tambunan Sabah. Kajian ini merupakan kajian kuantitatif menggunakan borang soal selidik yang diedarkan secara dalam talian untuk mendapatkan data. Teknik pensampelan yang digunakan adalah pensampelan rawak untuk memberi peluang kepada semua pelajar mengambil bahagian dalam kajian ini. Latar belakang responden adalah seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 1. Item soal selidik ditadbir berdasarkan strategi yang telah digunakan oleh institusi untuk mempromosikan institusi mereka seperti yang dinyatakan dalam kajian literatur. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk menentukan tahap. Penentuan tahap berdasarkan skor min seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 1. Penentuan ini dipetik dalam kajian Ngadiman et al. (2019) bermula dari 1.00– 1.99 (Lemah), 2.00– 2.99 (Rendah), 3.00– 3.99 (Sederhana) dan 4.00– 5.00 (Tinggi).

**Jadual 1: Latar Belakang Responden**

Item		n	%
Jantina	Lelaki	60	48.0
	Perempuan	65	52.0
Program	Sijil Agroteknologi	52	41.6
	Sijil Pengembaraan Pelancongan	37	29.6
	Sijil Penyelenggaraan Kenderaan Pacuan Empat Roda	36	28.8
Semester	1.00	31	24.8
	2.00	32	25.6
	3.00	32	25.6
	4.00	30	24.0
HPNM	2.00 - 2.99	3	2.4
	3.00 - 3.33	17	13.6
	3.43 - 3.67	52	41.6
	3.68 - 4.00	29	23.2
	Semester 1 (Tiada HPNM)	24	19.2
Kategori pendapatan ibu bapa	RM4360 - RM9619	13	10.4
	RM4360 dan ke bawah	111	88.8
	RM9619 dan ke atas	1	.8
Kediaman	Bandar	6	4.8
	Berhampiran Bandar	16	12.8
	Kampung	77	61.6
	Kawasan Terpencil	1	.8
	Luar bandar	25	20.0

## Hasil Kajian

### a) Strategi Pengambilan Pelajar Baru Yang Lebih Efektif

Jadual 2 menunjukkan analisis strategi promosi pengambilan pelajar mengikut ranking. Dapatan menunjukkan majoriti responden memilih institusi perlu menawarkan pelbagai program biasiswa dan bantuan kewangan untuk menarik pelajar sebagai strategi paling utama.

**Jadual 2: Analisis Strategi Promosi Pengambilan Pelajar Mengikut Ranking**

Item kajian	Sisihan piawai	Skor Min	Ranking
Menawarkan pelbagai program biasiswa dan bantuan kewangan untuk menarik pelajar	0.817	4.440	1
Menonjolkan kejayaan alumni, menunjukkan kesan positif pengalaman pendidikan di institusi	0.797	4.240	2
Menonjolkan kecemerlangan dalam penyelidikan dan inovasi, termasuk penyelidikan oleh pelajar	0.805	4.232	3
Wujudkan Kerjasama Industri dan prospek kerja.	0.824	4.232	4
Pameran Pendidikan untuk mempromosikan institusi	0.799	4.216	5
Membangunkan hubungan kolaborasi yang kukuh dengan sekolah menengah untuk menyokong program pengambilan pelajar	0.776	4.208	6
Perlu Bangunkan Laman Web dan Platform Digital yang Menarik untuk mempromosikan institusi	0.827	4.184	7
Kempen Menarik pelajar Baru Menggunakan Sosial Media.	0.792	4.048	8
Menawarkan promosi istimewa, diskaun pendaftaran awal, atau pakej insentif kepada pelajar yang mendaftar dalam tempoh tertentu	0.856	4.024	9
Sesi Penerangan dan Lawatan untuk calon pelajar.	0.926	3.768	10
Mengadakan Sesi Penerangan dalam Talian Mengenai Institusi	0.832	3.744	11
Menggunakan Influencer atau selebriti yang dapat mempengaruhi golongan sasaran pelajar untuk mempromosikan institusi	1.014	3.384	12

### b) Tahap Kepuasan Pelajar Terhadap Strategi Yang Digunakan Oleh Kolej Komuniti Tambunan Untuk Menarik Pendaftaran Pelajar Baru

Bagi analisis kepuasan pelanggan, secara puratanya majoriti responden berpuas hati terhadap strategi yang digunakan oleh institusi dalam menarik pelajar baru. Ini dapat ditunjukkan dalam Jadual 3 di mana enam item mendapat kepuasan pada tahap yang tinggi.

**Jadual 3: Analisis Tahap kepuasan Pelanggan**

Item kajian	Sisihan piawai	Skor Min	Ranking
Strategi pengambilan pelajar baru di institusi ini mencerminkan keperluan dan kehendak pelajar.	0.742	4.072	Tinggi
Institusi ini telah mempromosikan pengambilan pelajar baru dengan berkesan melalui program dan kemudahan yang ditawarkan oleh institusi ini.	0.738	4.064	Tinggi
Proses pengambilan pelajar baru di institusi ini mudah difahami dan telus.	0.820	4.248	Tinggi
Strategi yang digunakan oleh institusi ini untuk menarik pelajar baru lebih baik berbanding institusi lain.	0.677	3.760	Sederhana
Semua maklumat mengenai institusi telah dijelaskan dalam poster atau website institusi untuk pengambilan pelajar baru.	0.817	4.272	Tinggi
Institusi ini mempromosikan kemasukan pelajar baru kepada pelajar yang layak.	0.750	4.048	Tinggi
Strategi yang digunakan telah sampai kepada sasaran pelajar	0.751	3.968	Sederhana
Secara keseluruhan, saya berpuas hati dengan cara institusi ini menarik pelajar baru untuk mendaftar di institusi ini.	0.714	4.280	Tinggi

### Kesimpulan

Kajian ini dijalankan untuk kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti strategi pengambilan pelajar baharu yang lebih berkesan dan seterusnya menilai tahap kepuasan pelajar terhadap strategi yang digunakan oleh Kolej Komuniti Tambunan untuk menarik pendaftaran pelajar baharu. Dapatan kajian menunjukkan majoriti responden bersetuju bahawa institusi perlu menawarkan pelbagai program biasiswa dan bantuan kewangan untuk menarik minat pelajar sebagai strategi terpenting. Bagi analisis kepuasan pelanggan, secara purata majoriti responden berpuas hati dengan strategi yang digunakan oleh pihak institusi dalam menarik pelajar baharu. Secara keseluruhannya, dapatan kajian ini sejajar dengan usaha unit pengambilan dan pembangunan pelajar Kolej Komuniti Tambunan di dalam usaha untuk mempergiatkan program dan aktiviti berkaitan dengan promosi. Dapatan kajian yang lain juga akan diberi perhatian dan komen dan pendapat dari pelajar akan sentiasa diambil kira bagi menambahbaik strategi pengambilan pelajar. Diharapkan para pengkaji akan membuat kajian dan soal selidik yang lebih mendalam dan menyeluruh berkaitan pengambilan pelajar agar masalah kekurangan pelajar yang melanjutkan pengajian ke peringkat yang lebih tinggi dapat diatasi.



## Rujukan

- Abdullah, T., Zainuddin, S. A., Anuar, N. I. M., Abdullah, S. S., & Mohamad, S. R. (2022). Kepentingan Melanjutkan Pengajian Tinggi Dalam Menguruskan Perniagaan.
- Ahmad, A., Usop, R., Husain, M. A. H., Abd Mois, M. N., & Abd Hamid, S. N. (2021). Peranan usahawan alumni dalam membantu kebolehpasaran graduan Universiti Sains Islam Malaysia. In *Proceedings International Alumni Convention* (p. 91).
- Arsad, S., Nayan, M. A., Abd Latibf, M. F., Nawawi, N. J. A. R. M., & Adam, M. Z. A. (2022). Keberkesanan Medium Promosi Universiti Islam Antarabangsa Sultan Abdul Halim Mu'adzam Shah (UniSHAMS): Sebelum, Semasa dan Pasca Covid-19.
- bin Abd Rahim, M. A., Yunus, I. F. M., & binti Muslim, N. (2023). Tahap kesedaran pelajar di institusi pengajian tinggi terhadap peranan unit zakat di negeri selangor. *Journal website: journal.zakatkedah.com.my*, 5(1).
- Hamzah, M. I. (2022). Kepentingan Kemahiran Insaniah Terhadap Kebolehpasaran Graduan Di Universiti Sains Islam Malaysia. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 4(2), 240-251.
- Jamri, A. A., & Ishak, S. (2023). Tekanan Kewangan Dan Pengurusan Tekanan Kewangan Dalam Kalangan Pelajar Institusi Pengajian Tinggi Berasaskan Status Sosioekonomi. *e-BANGI Journal*, 20(4).
- Mat, S. R., Hassan, F., Kamarudin, A., & Jumal, J. (2022). Faktor Pemilihan Pelajar Lulusan SPM Ke Program Tamhidi (Pre-Universiti) di Universiti Sains Islam Malaysia (USIM) Bagi Sesi Akademik 2022/2023.
- Matlin, M., Sobri, A., & Gumbayan, M. (2023). Kecenderungan Medium Promosi Bagi Pelajar Kolej Komuniti Kota Marudu Sabah. *Journal of Applied Accounting And Business*, 5(2), 107-112.
- Ngadiman, D. W. T., Yacoob, S. E., & Wahid, H. (2019). Tahap Harga Diri Kumpulan Berpendapatan Rendah yang Berhutang dan Peranan Organisasi dalam Sektor Perladangan. *Melayu: Jurnal Antarabangsa Dunia Melayu*, 12(2), 238-254.
- Nordin, M. N. A., Fadzullah, S. H. S. M., Azmi, A. N., Mee, C. K., & Mokhtar, M. F. M. (2022). Strategi Promosi dan Pemasaran bagi Pengantarabangsaan UTeM: Promosi dan Pemasaran Pendidikan bagi Pasaran Republik Rakyat China.
- Omar Zin (2021). Kemasukan pelajar IPT tidak sampai 50 peratus. Utusan Malaysia. Akhbar bertarikh 4 Julai 2021. <https://www.utusan.com.my/berita/2021/07/kemasukan-pelajar-ipt-tidak-sampai-50-peratus/>
- Omar, R. (2022). Hubungan Motivasi Belajar Dengan Minat Belajar Pelajar Bermasalah Disiplin Di Sebuah Sekolah Menengah. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 4(3), 288-302.
- Rasidi, M. H., Abd Jalal, M. F. H., Nasir, N. M., Mohd, E. R. H., & Zait, S. R. B. W. M. (2021). Memperkasakan hubungan libat sama alumni dengan universiti. In *Proceedings International Alumni Convention* (p. 100).
- Ros, F. S. C., Yusri, S. Y. S. M., Yusof, M. R. M., & Nazren, A. R. A. (2021). Kebolehpasaran graduan wanita TVET ILJTM Zon Sabah dalam pemilihan kerjaya. *International Journal of Education and Pedagogy*, 3(3), 44-57.
- Sinar Harian (2023). Peluang pelajar rasai kehidupan sehari di universiti. Akhbar bertarikh 28 Jun 2023. <https://www.sinarharian.com.my/article/265627/berita/nasional/peluang-pelajar-rasai-kehidupan-sehari-di-universiti>