

Bagaimanakah Preferensi Mahasiswa Terhadap Magang? Kajian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

Rahmelia Nur Shalsabila¹, Suharno², Pahrul Fauzi³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima Mei, 2023
Direvisi Agustus, 2023
Diterbitkan September, 2023

Keyword:

*Student Preference
MBKM Internship
Incentives
Location
Brand Company*

ABSTRACT

Student preferences for participating in MBKM internships can be taken into consideration by companies to find out student interests and can support student careers in the future. This study aims to analyze student preferences for the MBKM internship at FEB Unsoed. The method used is Logistic Regression or Logistics Model Analysis (LOGIT). This research is quantitative. The data used are primary and secondary data. Sampling using proportionate stratified random sampling technique. Based on the research results, the independent variable that has the most influence on the dependent variable is the location of the company (1.687) that the farther the location of the company from the place of residence will increase the probability of students participating in internships by 1.687 times greater than students who choose not to take part in MBKM internships, followed by variables incentives (1,500), and company brand variables (1,395). This shows that company location, incentives, and company brand influence students' preferences to take part in MBKM internships.

Corresponding Author:

Suharno,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Jenderal Soedirman,
Purwokerto, 53122, Indonesia,
Email: suharno@unsoed.ac.id

Pendahuluan

Pendidikan masih menjadi topik hangat di Indonesia. Pada saat ini, pendidikan di Indonesia memiliki peringkat yang masih terbilang relatif rendah dibandingkan dengan negara lain (Rizky Anisa et al., 2021). Kompetensi literasi di Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan dengan Singapura dan Thailand. Hal ini mendorong menteri untuk meninjau kembali struktur kurikulum dan mengevaluasi sistem pendidikan. Perubahan kurikulum pada perguruan tinggi memaksa universitas untuk melakukan penghitungan dan menganalisis resiko yang ekstensif. Oleh karena itu, diperlukan inovasi untuk mendukung efisiensi dan efektivitas sistem pendidikan di kampus agar berjalan dengan baik. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menciptakan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dimana salah satu programnya adalah magang bersertifikat. Melalui program ini, mahasiswa diberi berbagai keleluasaan untuk mempersiapkan diri memasuki dunia kerja dan dunia karir.

Merdeka Belajar Kampus Merdeka atau biasa disebut dengan istilah MBKM, merupakan program pembelajaran pendidikan tinggi yang bersifat mandiri yang dirancang untuk menciptakan pembelajaran kreatif dengan tidak membatasi pilihan untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa, serta memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuannya sesuai minat dan bakat mereka dengan terjun langsung ke dunia kerja sebagai persiapan karir di masa depan (Meke et al., 2021). Nadiem Makarim juga menjelaskan bahwa merdeka belajar memberikan kebebasan dan otonomi kepada lembaga pendidikan, dan merdeka dari birokratisasi. Tenaga pendidik dibebaskan dari birokrasi yang rumit dan mahasiswa diberikan kebebasan untuk memilih bidang yang mereka sukai sesuai dengan jurusannya.

Program magang/praktik kerja yang berlangsung ini dapat membekali mahasiswa dengan pengalaman yang cukup melalui pembelajaran langsung (*experiential learning*) di tempat kerja. Selama magang,

mahasiswa akan mendapatkan *hard skills* (keterampilan, *complex problem solving*, *analytical skills*, dsb.), maupun *soft skills* (etika profesi/kerja, komunikasi, kerjasama, dsb). Sementara instansi perusahaan memperoleh personel yang memenuhi syarat dan siap untuk direkrut sehingga mengurangi biaya perekrutan dan pelatihan awal (Haris et.al., 2021). Sebagai mahasiswa yang mengenal dunia kerja, mereka akan didukung oleh program magang yang diselenggarakan oleh kampus merdeka yang memberikan pengalaman dalam dunia kerja. Pengetahuan yang diperoleh melalui magang dapat memperkuat transisi ke dunia nyata. Pengalaman mahasiswa dalam dunia kerja sangat dibutuhkan ketika mulai bekerja setelah lulus dari perguruan tinggi. Pengalaman dianggap sebagai pengetahuan dan keterampilan yang selama ini didominasi oleh pembelajaran baik yang disengaja maupun tidak disengaja, baik di dalam kampus maupun di luar kampus. Penilaian pemagangan dapat dilihat dari penilaian aspek pengetahuan dan keterampilan sikap (Gohae, 2020 ; Petry, et.al., 2020).

Mahasiswa yang mengikuti magang di berbagai instansi diharapkan dapat memperoleh lebih banyak pengetahuan dan keterampilan (Fathina & Sudarno, 2017). Program magang MBKM yang menempatkan mahasiswa di perusahaan dan organisasi lain bertujuan untuk meningkatkan pengalaman kerja sehingga dapat mencapai tingkat kualifikasi yang dibutuhkan untuk mendukung teori yang telah diperoleh. Magang dapat meningkatkan kesempatan kerja bagi mahasiswa karena mereka dapat meningkatkan keterampilan dan nilai kerja mereka, fokus pada pilihan karir, memiliki akses langsung ke sumber pekerjaan, dan meyakinkan perusahaan bahwa mereka dapat melakukan pekerjaan dengan baik.

Mahasiswa yang mengikuti magang, biasanya akan ditawarkan pekerjaan lebih cepat daripada mahasiswa yang tidak mengikuti magang. Tawaran pekerjaan tersebut disebabkan oleh pengalaman magang pada *resume* mahasiswa dan karena mahasiswa yang mengikuti magang dinilai menjadi mahasiswa yang lebih baik daripada mahasiswa tanpa magang, dengan kata lain, mahasiswa magang mungkin lebih termotivasi dan lebih efektif dalam mencari pekerjaan lebih cepat (Rizki, 2022). Perekrut menilai mahasiswa yang *resumenya* menunjukkan bukti pengalaman magang lebih tinggi daripada mereka menilai mahasiswa yang tidak memiliki pengalaman mengikuti magang. Dengan adanya hal tersebut, sehingga program magang mengundang antusiasme mahasiswa dan meningkatkan permintaan untuk magang di perusahaan.

Preferensi merupakan pilihan atau kecenderungan mahasiswa terhadap suatu objek atau aktivitas yang berasal dari kemampuan dan keinginan dalam diri sendiri dan mendorong individu tersebut melakukan kegiatan berdasarkan maksud dan tujuan yang telah ditetapkan (Grahadita & Setyorini Gunawan, 2022 ; Kotler, 2000). Oleh karena itu dengan adanya preferensi mahasiswa untuk mengikuti magang MBKM, maka diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk mengetahui minat mahasiswa dan dapat menunjang karir mahasiswa di masa depan.

Tercatat pada tahun 2021, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman yang mengikuti program magang sejumlah 20 mahasiswa dan pada tahun 2022 meningkat menjadi 170 mahasiswa (Data primer : Bapendik FEB Unsoed, 2022). Instansi yang telah bekerja sama dengan pihak universitas tentu menawarkan berbagai macam manfaat yang bervariasi antar instansi satu dengan instansi lainnya, hal tersebut kemudian menjadi pertimbangan mahasiswa untuk kemudian memutuskan untuk mengikuti magang atau tidak di perusahaan tertentu. Dalam menentukan keputusan mengikuti magang atau tidak, mahasiswa dihadapkan oleh berbagai faktor. Oleh karena itu mahasiswa memiliki preferensi yang berbeda diantara masing-masing individu dalam menentukan keputusannya untuk mengikuti magang atau tidak.

Berdasarkan beberapa artikel, jurnal, dan hasil pra survei dengan beberapa mahasiswa FEB Unsoed, faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menentukan keputusan untuk mengikuti magang antara lain seperti insentif, lokasi, dan *brand* perusahaan. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian bagaimana preferensi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Jenderal Soedirman terhadap program magang MBKM.

Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu. Persamaannya yaitu variabel yang digunakan adalah insentif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu ialah subjek populasi yang digunakan yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman dan alat analisis yang digunakan yaitu regresi logistik. Tujuan dilakukannya penelitian mengenai preferensi mahasiswa terhadap magang MBKM di FEB Unsoed ini adalah untuk mengetahui apakah faktor-faktor seperti insentif, lokasi, dan *brand* perusahaan memengaruhi preferensi mahasiswa terhadap magang MBKM dan menemukan variabel dengan pengaruh paling tinggi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan metodologi pendekatan penelitian deskriptif. Variabel independen dalam penelitian ini antara lain: insentif, lokasi, dan *brand* perusahaan, serta preferensi mahasiswa sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 686 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman angkatan 2019. Sampel diperoleh 90 responden yang diukur menggunakan rumus Yamane dalam Sugiyono (2015) dimana rumusnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- d = Presesi yang ditetapkan yaitu 10 persen atau 0,1

Data yang digunakan adalah data primer, data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara dengan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman angkatan 2019 serta data sekunder yang diperoleh dari jurnal dan literatur yang mendukung penelitian.

Pengolahan data ini menggunakan metode analisis data *logistic regression* atau analisis model regresi logistik yang bertujuan untuk memperkirakan probabilitas mahasiswa memilih mengikuti magang MBKM (Kyandra & Fauzi, 2022) Menurut (Ghozali, 2013), bentuk persamaan regresi logistik adalah sebagai berikut:

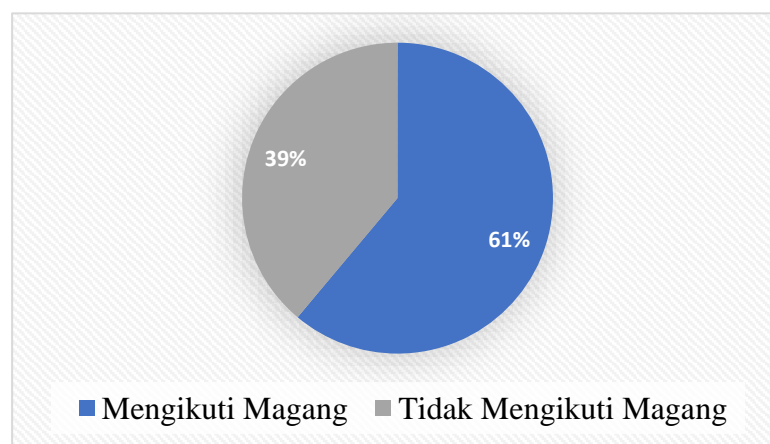
$$\gamma = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan :

- γ = Preferensi mahasiswa
- B₀ = Konstanta
- X₁ = Insentif
- X₂ = Lokasi
- X₃ = Brand perusahaan
- e = Estimasi Error

Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis statistik deskriptif pada penelitian ini menunjukkan persentase preferensi mahasiswa untuk mengikuti magang MBKM dan tidak mengikuti magang MBKM. Adapun hasil analisis deskriptif yang menunjukkan persentase preferensi mahasiswa mengikuti dan tidak mengikuti magang MBKM disajikan pada Gambar 1 berikut :



Sumber : Data Primer, 2023 (diolah)

Gambar 1. Preferensi Mahasiswa Mengikuti dan Tidak Mengikuti Magang MBKM

Preferensi mahasiswa mengikuti magang MBKM pada Gambar 1 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 61,11 persen mahasiswa memilih untuk mengikuti magang MBKM dan 38,89 persen mahasiswa memilih

untuk tidak mengikuti magang MBKM. Sebagian besar anak yang memilih untuk mengikuti magang MBKM dikarenakan ingin menambah pengalaman dalam dunia kerja serta menambah relasi. Selain itu juga adanya kesadaran dalam diri mahasiswa tersebut untuk mempersiapkan diri agar dapat menghadapi dunia kerja setelah menyelesaikan studi di universitas, sehingga dapat meminimalisir angka pengangguran. Sementara mahasiswa yang tidak mengikuti magang MBKM salah satunya disebabkan karena mahasiswa tersebut tidak cukup berminat dengan program magang MBKM dan lebih memilih untuk tetap fokus mengikuti kegiatan pembelajaran dalam kelas.

Uji Regresi Logistik

Analisis regresi logistik digunakan untuk memperkirakan besarnya probabilitas yang terjadi dalam suatu populasi serta untuk mengetahui pengaruh antara variabel terikat yang berskala dikotomi (non metrik) dengan variabel bebas baik kategorik maupun numerik (Ghozali, 2013), Variabel independen dalam penelitian ini diantaranya insentif, lokasi, dan *brand* perusahaan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah preferensi mahasiswa terhadap magang MBKM.

Tabel 1. Hasil Uji Persamaan Regresi Logistik

No	Variabel	B	S.E	Exp(B)
1	Insentif	0,406	0,167	1,500
2	Lokasi	0,523	0,179	1,687
3	<i>Brand</i> Perusahaan	0,333	0,143	1,395
	Constant	-28,022	6,580	0,000

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi logistik dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\gamma = -28,022 + 0,406X_1 + 0,523X_2 + 0,333X_3$$

Besarnya pengaruh atau peluang dapat diinterpretasikan dengan melihat nilai Exp (B) atau *Odds Ratio* (OR) pada Tabel 1 dan diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Nilai Exp (B) Variabel Insentif

Variabel insentif memiliki nilai Exp (B) sebesar 1,500 yang berarti bahwa semakin tinggi insentif maka akan meningkatkan peluang atau probabilitas mahasiswa untuk mengikuti magang MBKM sebesar 1,500 kali lebih besar dari mahasiswa yang memilih untuk tidak mengikuti magang MBKM.

b. Nilai Exp (B) Variabel Lokasi

Variabel lokasi perusahaan memiliki nilai Exp (B) sebesar 1,687 yang berarti bahwa semakin jauh jarak lokasi perusahaan dengan tempat tinggal maka akan meningkatkan peluang atau probabilitas mahasiswa untuk mengikuti magang MBKM sebesar 1,687 kali lebih besar dari mahasiswa yang memilih untuk tidak mengikuti magang MBKM.

c. Nilai Exp (B) Variabel *Brand* Perusahaan

Variabel brand perusahaan memiliki nilai Exp (B) sebesar 1,395 yang berarti bahwa perusahaan yang ternama dan dikenal oleh banyak masyarakat akan meningkatkan peluang atau probabilitas mahasiswa untuk mengikuti magang MBKM sebesar 1,395 kali lebih besar dari mahasiswa yang memilih untuk tidak mengikuti magang MBKM.

Uji Signifikansi Pada Regresi Logistik

a. Uji Kelayakan Keseluruhan Model (*overall fit model*)

Uji Kelayakan Keseluruhan Model (*overall fit model*) dapat dilakukan melalui beberapa tes statistik, antara lain (Ghozali, 2013):

1) Uji *Likelihood* L

Uji *likelihood* dilakukan dengan membandingkan nilai -2 Log *likelihood* dengan nilai *chi-square* tabel. Uji *likelihood* dilakukan dalam dua tahap diantaranya melakukan perbandingan nilai -2 Log *likelihood* sebelum variabel independen masuk model (*block number 0*) dan melakukan perbandingan nilai -2 Log *likelihood* setelah variabel independen masuk model (*block number 1*).

Model dapat dikatakan fit dengan data apabila kedua nilai $-2 \text{ Log likelihood}$ lebih kecil daripada nilai $chi\text{-square}$ tabel dengan alpha sebesar 0,05.

Tabel 2. Iteration History Sebelum Variabel Independen Masuk Model

Iteration		$-2 \text{ Log Likelihood}$	Coefficients
			Constant
Step 0	1	120,286	0,444
	2	120,285	0,452
	3	120,285	0,452

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa nilai $-2 \text{ Log likelihood}$ tertinggi sebesar 120,286 dan nilai terendah sebesar 120,285. Nilai $chi\text{-square}$ tabel dengan $degree \text{ of freedom}$ ($df = N-1$) sebesar 89 dan alpha sebesar 0,05 didapatkan sebesar 112,021986. Nilai $-2 \text{ Log likelihood}$ sebelum variabel independen masuk model (*block number 0*) lebih besar daripada nilai $chi\text{-square}$ tabel sehingga dapat dikatakan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini masih tidak fit dengan data.

Tahap kedua dalam uji *likelihood* yaitu membandingkan nilai $-2 \text{ Log likelihood}$ setelah variabel independen masuk model (*block number 1*) dengan nilai $chi\text{-square}$ tabel. Adapun hasil perhitungan $-2 \text{ Log likelihood}$ setelah variabel independen masuk model (*block number 1*).

Tabel 3. Iteration History Setelah Variabel Independen Masuk Model

Iteration		2 Log Likelihood	Coefficients			
			Constant	X1	X2	X3
Step 1	1	69,263	-13,002	0,221	0,248	0,132
	2	61,349	-20,896	0,323	0,389	0,238
	3	59,902	-26,105	0,383	0,487	0,308
	4	59,808	-27,870	0,404	0,520	0,331
	5	59,808	-28,021	0,406	0,523	0,333
	6	59,808	-28,022	0,406	0,523	0,333

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa nilai $-2 \text{ Log likelihood}$ tertinggi sebesar 69,263 dan nilai terendah sebesar 59,808. Nilai $chi\text{-square}$ tabel dengan $degree \text{ of freedom}$ ($df = N - \text{jumlah variabel independen} - 1$) sebesar 86 dan alpha sebesar 0,05 didapatkan sebesar 108,6479. Nilai $-2 \text{ Log likelihood}$ setelah variabel independen masuk model (*block number 1*) lebih kecil daripada nilai $chi\text{-square}$ tabel sehingga dapat dikatakan bahwa persamaan logistik dengan memasukkan variabel independen layak digunakan.

2) Omnibus Test

Omnibus test dilakukan dengan menghitung selisih $-2 \text{ Log likelihood}$ sebelum variabel independen masuk model (*block number 0*) dengan nilai $-2 \text{ Log likelihood}$ setelah variabel independen masuk model (*block number 1*), dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak ada variabel independen yang signifikan mempengaruhi variabel dependen.

H_1 : minimal ada satu variabel independen yang signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Hipotesis satu diterima jika nilai $chi\text{-square}$ hitung lebih besar dari $chi\text{-square}$ tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari alpha sebesar 0,05.

Tabel 4. Hasil Nilai Omnibus Test of Model Coefficient

		Chi-Square	Df	Sig.
Step 1	Step	60,477	3	0,000
	Block	60,477	3	0,000
	Model	60,477	3	0,000

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4 didapatkan nilai *chi-square* hitung atau selisih antara $-2 \text{ Log likelihood}$ sebelum variabel independen masuk model dengan $-2 \text{ Log likelihood}$ setelah variabel independen masuk model sebesar 60,477 Nilai *chi-square* tabel dengan *degree of freedom* yaitu 3 sebesar 7,8147. Berdasarkan penjelasan tersebut maka nilai *chi-square* hitung lebih besar daripada nilai *chi-square* tabel. Selain itu diketahui nilai signifikansi pada output regresi sebesar 0,000 di mana nilai tersebut kurang daripada alpha sebesar 0,05. Oleh karena itu, hipotesis satu diterima yang berarti bahwa minimal ada satu variabel independen yang signifikan mempengaruhi variabel dependen dan model yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan dan sudah tepat untuk dilakukan analisis berikutnya.

3) Uji *Cox and Snell's R-Square* dan *Nagelkerke's R-Square*

Pengujian *Cox and Snell's R-Square* dan *Nagelkerke's R-Square* dilakukan dengan melihat nilai *Nagelkerke's R-Square* pada hasil regresi logistik. Jika nilai *Nagelkerke's R-Square* mendekati nol berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sementara apabila nilai *Nagelkerke's R-Square* mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Nilai Cox and Snell's R-Square and Nagelkerke's R-Square

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	59,808	0,489	0,664

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa nilai *nagelkerke's R-Square* sebesar 0,664 atau 66,4 persen dan dapat diartikan bahwa besaran pengaruh dari variabel independen mampu menjelaskan informasi untuk memprediksi variabel dependen sebesar 66,4 persen.

4) Uji *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit*

Uji *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit* dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada hasil regresi logistik. Model dikatakan fit dengan data apabila nilai *chi-square* hitung lebih kecil daripada nilai *chi-square* tabel. Selain itu dapat dilihat pula dari nilai signifikansi di mana dikatakan fit dengan data apabila nilai signifikansi lebih besar dari alpha sebesar 0,05.

Tabel 6. Hasil Nilai Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit

Step	Chi-Square	df	Sig
1	11,699	8	0,165

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai *chi-square* hitung sebesar 11,699. Nilai *chi-square* tabel dengan *degree of freedom* yaitu 8 sebesar 15,507313. Berdasarkan penjelasan tersebut maka nilai *chi-square* hitung lebih kecil daripada nilai *chi-square* tabel. Selain itu diketahui nilai signifikansi pada output regresi sebesar 0,165 di mana nilai tersebut lebih besar daripada alpha

sebesar 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok (*fit*) dengan data.

b. Uji Wald

Uji wald digunakan untuk mengetahui pengaruh masing - masing dari variabel independen yaitu insentif, lokasi, dan *brand* perusahaan terhadap variabel dependen yaitu preferensi mahasiswa terhadap magang MBKM secara parsial. *Wald test* dilakukan dengan cara membandingkan nilai dari wald statistik yang telah dihitung menggunakan *software* IBM SPSS 26 dengan *chi-square* tabel dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($\text{sig.} < 0,05$).

Tabel 7. Hasil Uji Wald

No	Variabel	B	S.E	Wald	Df	Sig.
1	Insentif	0,406	0,167	5,938	1	0,015
2	Lokasi	0,523	0,179	8,562	1	0,003
3	<i>Brand</i> Perusahaan	0,333	0,143	5,406	1	0,020
	Constant	-28,022	6,580	18,137	1	0,000

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan hasil uji wald pada Tabel 7 maka dapat disimpulkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Insentif (X_1)

Hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu variabel insentif berpengaruh positif terhadap preferensi mahasiswa terhadap magang MBKM. Pada hasil analisis regresi logistik, variabel insentif memiliki nilai signifikansi sebesar 0,015 dan nilai wald sebesar 5,938. Nilai signifikansi pada variabel insentif memiliki nilai kurang dari 0,05 dan nilai wald yang lebih besar dari 3,8415. Hal ini dapat diartikan bahwa H_1 diterima atau dengan kata lain variabel insentif berpengaruh positif terhadap variabel preferensi mahasiswa terhadap magang MBKM.

2. Lokasi (X_2)

Hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu variabel lokasi berpengaruh negative terhadap preferensi mahasiswa terhadap magang MBKM. Pada hasil analisis regresi logistik variabel lokasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003 dan nilai wald sebesar 8,562. Nilai signifikansi pada variabel pendidikan memiliki nilai kurang dari 0,05 dan nilai wald yang lebih besar dari 3,8415. Hal ini berarti bahwa H_2 ditolak atau dengan kata lain variabel lokasi berpengaruh positif terhadap variabel preferensi mahasiswa terhadap magang MBKM.

3. *Brand* Perusahaan (X_3)

Hipotesis ketiga pada penelitian ini yaitu variabel *brand* perusahaan berpengaruh positif terhadap preferensi mahasiswa terhadap magang MBKM. Pada hasil analisis regresi logistik, variabel *brand* perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,020 dan nilai wald sebesar 5,406. Nilai signifikansi pada variabel *brand* perusahaan memiliki nilai kurang dari 0,05 dan nilai wald yang lebih besar dari 3,8415. Hal ini dapat diartikan bahwa H_3 diterima atau dengan kata lain variabel *brand* perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel preferensi mahasiswa terhadap magang MBKM.

c. Uji Ketepatan Klasifikasi Model

Tabel klasifikasi 2x2 menghitung nilai estimasi yang benar (*correct*) dan salah (*incorrect*) guna mengetahui ketepatan prediksi pada model.

Tabel 8. Hasil Uji Ketepatan Klasifikasi Model

Observasi		Prediksi		
		Preferensi Mahasiswa		
		Tidak Mengikuti Magang	Mengikuti Magang	Persentase Benar
Preferensi Mahasiswa	Tidak Mengikuti Magang	25	10	71,4
	Mengikuti Magang	5	50	90,9
Keseluruhan Persentase				83,3

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 8, sampel yang memilih tidak mengikuti magang yaitu $25 + 10 = 35$ responden. Yang benar-benar memilih tidak mengikuti magang sebanyak 25 responden, sedangkan yang seharusnya memilih tidak mengikuti magang namun memilih mengikuti magang sebanyak 10 responden.

Kemudian responden yang memilih untuk mengikuti magang sebanyak $5 + 50 = 55$ responden. Yang benar-benar memilih mengikuti magang sebanyak 50 responden, sedangkan yang seharusnya memilih mengikuti magang namun memilih tidak mengikuti magang sebanyak 5 orang. Selanjutnya berdasarkan hasil regresi pada Tabel 23 di atas, nilai persentase keseluruhan sebesar 83,3 yang berarti ketepatan model penelitian ini sebesar 83,3 persen.

Pembahasan

1. Preferensi mahasiswa dalam memilih mengikuti atau tidak mengikuti magang MBKM di FEB Unsoed.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 90 responden pada mahasiswa FEB Unsoed angkatan 2019, sebanyak 55 responden diantaranya memilih untuk mengikuti magang MBKM dan 35 responden diantaranya memilih untuk tidak mengikuti magang MBKM. Menurut hasil wawancara dan penyebaran kuesioner pada mahasiswa FEB Unsoed angkatan 2019, informasi mengenai magang MBKM ini sebagian besar diperoleh antara lain dari dosen, teman dan juga publikasi internet, baik sosial media maupun website. Adapun alasan sebagian besar mahasiswa yang memilih untuk mengikuti magang karena ingin menambah pengalaman dalam dunia kerja, menambah relasi dan sebagai salah satu upaya untuk mempersiapkan diri dalam dunia kerja setelah menyelesaikan studi di perguruan tinggi.

Walaupun pada mahasiswa FEB Unsoed angkatan 2019 mayoritas mahasiswa memilih untuk mengikuti magang MBKM, akan tetapi terdapat mahasiswa yang memilih untuk tidak mengikuti magang MBKM, dengan alasan yaitu karena mahasiswa tersebut kurang tertarik dengan program magang MBKM dan lebih memilih untuk tetap fokus mengikuti kegiatan pembelajaran dalam kelas.
2. Pengaruh insentif, lokasi, dan *brand* perusahaan terhadap preferensi mahasiswa untuk mengikuti magang MBKM.
 - a. Pengaruh variabel insentif terhadap preferensi mahasiswa untuk mengikuti magang MBKM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa insentif memiliki pengaruh positif terhadap preferensi mahasiswa dalam mengikuti magang MBKM. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa semakin tinggi insentif yang diperoleh dari program magang MBKM, maka semakin tinggi peluang/probabilitas mahasiswa untuk berpartisipasi dalam magang MBKM. Karena insentif mempengaruhi permintaan magang. Insentif pada setiap perusahaan berbeda-beda (Mardiansyah al., 2022). Dengan adanya insentif, mahasiswa dapat menambah uang saku sekaligus menambah pengalaman dalam dunia kerja, sehingga dengan adanya insentif dapat menambah daya tarik tersendiri bagi mahasiswa untuk mengikuti magang. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Anggarini et al. (2021), Kartika (2020), dan Septiana (2019) yang menyebutkan bahwa insentif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

- b. Pengaruh variabel lokasi terhadap preferensi mahasiswa untuk mengikuti magang MBKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif terhadap preferensi mahasiswa dalam mengikuti magang MBKM. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis atau menolak hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa lokasi perusahaan yang dekat dengan tempat tinggal, maka semakin tinggi peluang/probabilitas mahasiswa untuk berpartisipasi dalam magang MBKM. Hal tersebut dikarenakan lokasi perusahaan yang jauh dengan tempat tinggal dianggap akan lebih memberi pengalaman, dan melatih kemandirian sehingga sebagian besar mahasiswa memilih perusahaan yang memiliki lokasi jauh dengan tempat tinggalnya. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Lie et al. (2021), dan Tirtayasa & Daulay (2021) yang menyebutkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan individu dan terhadap kinerja karyawan.
- c. Pengaruh variabel *brand* perusahaan terhadap preferensi mahasiswa untuk mengikuti magang MBKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand* perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap preferensi mahasiswa dalam mengikuti magang MBKM. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki nama atau dengan kata lain diketahui oleh kebanyakan masyarakat, maka semakin tinggi peluang/probabilitas mahasiswa untuk berpartisipasi dalam magang MBKM. Hal tersebut karena berdasarkan survei, perusahaan yang ternama dianggap akan lebih menjamin, baik dari segi fasilitas, pelayanan, dll. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Kurniawan et al. (2022) dan Irmawati et al. (2017) yang menyebutkan bahwa *brand* perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan kinerja karyawan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa preferensi mahasiswa untuk mengikuti magang MBKM mayoritas responden memilih mengikuti magang MBKM dengan alasan karena hal tersebut dapat menambah pengalaman mahasiswa dalam dunia kerja, menambah relasi dan untuk mempersiapkan diri setelah menyelesaikan studi di perguruan tinggi. Meskipun demikian, terdapat beberapa mahasiswa yang memilih untuk tidak mengikuti magang MBKM dikarenakan mahasiswa kurang tertarik dan kurangnya pemahaman terhadap program magang MBKM dan memilih untuk lebih fokus akademik terlebih dahulu. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan analisis regresi logistik, variabel insentif, lokasi, dan *brand* perusahaan berpengaruh positif baik secara parsial maupun secara simultan terhadap preferensi mahasiswa untuk mengikuti magang MBKM.

Diharapkan perusahaan dapat lebih memberikan informasi seperti di media sosial dan di perguruan tinggi. Selain perusahaan, perguruan tinggi juga diharapkan mampu membantu menginformasikan kepada mahasiswa nya terkait program magang MBKM supaya magang MBKM dapat dikenal lebih luas lagi dan hal tersebut dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk turut serta mengikuti magang MBKM, sehingga mahasiswanya dapat lebih siap untuk menghadapi dunia kerja di masa depan.

REFERENSI

- Anggarini, L., Maarif, M. S., & Amanah, S. (2021). Pengaruh Karakteristik Individu dan Insentif Kehadiran Terhadap Motivasi, Kepuasan Kerja dan Kinerja Tenaga Kependidikan IPB University. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 44-54. Doi: 10.17358/jabm.7.1.44
- Fathina Sudarno, S. (2017). Analisis Pemilihan Karir Mahasiswa Akuntansi yang Mengikuti Magang untuk Berkarir di Bidang Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Program D3 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(1), 1-12. Diakses dari: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/>
- Ghozali. (2013). *Analisis Mutivariate Lanjutan dengan Program IBM SPSS 21 (7th ed)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gohae, A. S. (2020). Pengalaman Magang, Minat Kerja dan Pengaruhnya Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 1954-1964. Doi: 10.31955/mea.v4i3
- Grahadita, M., Suharno, S., & Gunawan, D. S. (2022). Preference Patterns & Demand Analysis of Traditional Food Using Logistic Regression and Almost Ideal Demand System Approach. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 10(1). Diakses dari: <https://jpa.ub.ac.id/index.php/jpa/article/view/810/564>
- Haris, H. (2021). *Petunjuk Teknis Magang/Praktik Kerja Merdeka Belajar Kampus Merdeka*. Makassar: Badan Penerbit UNM.

- Irmawati, H., Yulisetiari, D., & Wulandari, D. (2017). Pengaruh Lokasi dan Brand Image Serta Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Jember. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 11(2), 155-163. Diakses dari: www.ban-pt-universitas.com
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Manajemen*, Edisi Millenium, Penerbit PT. Prenhallinda, Jakarta
- Kartika. (2020). Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang.
- Kurniawan, A., Rosyada, I. A., Salsabila, S., & Hidayati, B. S. (2022). Proses Komunikasi dan Manajemen Humas UIN Mataram dalam Menguatkan Branding Kampus. In *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Vol. 6).
- Kyandra, R., Suharno, S., & Fauzi, P. (2022). How Consumers Perceive Towards Traditional or Modern Markets Proven by Consumer Preference Logistic Regression. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. 21(02), 137-152. Doi: 10.22219/jep.v21i02.22986
- Lie, D., Butarbutar M., Simatupang, S., Efendi, Damanik, H.A., & Silaen, M.F. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada KEDai Kopi Baravi Pematangsiantar. *Journal of Management Sciences*. 1(2), 32-41. Diakses dari: <http://jurnal.stiessultanagung.ac.id/index.php/strategic>
- Mardiansyah, N., Suharno, S., & Alfariy, M. F. (2022). Employed Pattern Low-Educated And High-Educated Workers In Indonesia: A Binary Logistic Regression Approach. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 5(2), 173-194. Doi: 10.14710/jdep.5.2.173-194
- Meke, K. D. P., Astro, R. B., & Daud, M. H. (2021). Dampak Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) pada Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(1), 675-685. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i1.1940>
- Petry, T., Treisch, C., & Bullinger, B. (2020). The Logic of Attraction: Exploring the Institutional Complexity of Job Preferences. *Employee Relations*, 42(6), 1465-1485. Doi: 10.1108/ER-09-2019-0373
- Rizki, Anisa. (2022). 8 Alasan Penting Bagi Mahasiswa, Eksplorasi - Tambah Relasi. <https://www.detik.com/edu/ Perguruan-Tinggi/d-6408848/8-alasan-pentingnya-magang-bagi-mahasiswa-eksplorasi-tambah-relasi>
- Rizky Anisa, A., Aprilia Ipungkart, A., & Kayla Nur Saffanah, dan. (2021). Pengaruh Kurangnya Literasi serta Kemampuan dalam Berpikir Kritis yang Masih Rendah dalam Pendidikan di Indonesia. In *Conference Series Journal*, 1(1), 1-12.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif)* (14th ed). Alfabeta.
- Tirtayasa, S., & Daulay, Y. A. (2021). Marketing Mix Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kecil Menengah Sektor Kontruksi Bengkel Las di Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa Pandemi Covid 19. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Pengaruh*, 4(1). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6712>
- Septiana, U. (2019). Pengaruh Program Pelatihan dan Insentif Terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Univ. Islam Indonesia*, 1-36. Diakses dari: <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/13935/>