

INDEKS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MATEMATIKA

YOGA BUDI BHAKTI

bhaktiyoga.budi@gmail.com

EVA YUNI RAHMAWATI

Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

Jl. Nangka 58. Tanjung Barat (TB Simatupang) Jagakarsa, Jakarta Selatan

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa pendidikan matematika terhadap pelayanan program studi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif program studi pendidikan matematika semester ganjil tahun akademik 2016/2017. Aspek yang ditinjau untuk mengetahui kepuasan pelayanan program studi pendidikan matematika berdasarkan lima dimensi yaitu *responsiveness*, *realibility*, *emphaty*, *assurance*, dan *tangibles*. Hasil penelitian menunjukkan, secara umum dari lima dimensi tersebut, kepuasan mahasiswa pendidikan matematika terhadap pelayanan program studi ditinjau dari lima dimensi merasa cukup puas.

Kata kunci: tingkat kepuasan, mahasiswa, pendidikan matematika

Abstract. This study aims to determine the level of satisfaction of mathematics education students to the service of study program. This research is a qualitative descriptive research. Subjects in this study are active students of mathematics education courses semester semester academic year 2016/2017. Aspects reviewed to find out the satisfaction of the service of mathematics education program based on five dimensions of responsiveness, realibility, empathy, assurance, and tangibles. The results showed, in general of the five dimensions, the satisfaction of students of mathematics education to service study program in terms of five dimensions feel quite satisfied.

Keywords: *Satisfaction, Student College, Mathematics Education*

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi sebagai sektor strategis yang bertujuan untuk menghasilkan sumber daya manusia yang bermutu dihadapkan pada globalisasi pendidikan tinggi, yang menciptakan persaingan yang tajam antar perguruan tinggi (PT). Secara alamiah PT yang kurang bermutu sedikit demi sedikit akan terancam eksistensinya. Persaingan yang cukup kompetitif antarperguruan tinggi, menuntut lembaga pendidikan memperhatikan mutu pendidikan dan kelembagaan sehingga mampu serta unggul dalam persaingan tersebut.

Persaingan diperguruan tinggi bukan hanya antar perguruan tinggi saja, tetapi juga antar program studi. Perguruan tinggi yang mampu bertahan adalah perguruan tinggi yang mampu menciptakan daya tariknya melalui program studi. Daya tarik sebuah perguruan tinggi dapat dilihat dari jumlah pendaftaran mahasiswa baru, sedangkan perbandingan jumlah mahasiswa dapat dilihat dari jumlah peminat yang mendaftar di program studi. Hal ini merupakan masalah bagi perguruan tinggi dalam meningkatkan kualitas mutu program studinya, maka suka atau tidak suka perguruan tinggi harus berusaha agar baku mutu yang digunakan tidak berbeda jauh dengan baku mutu internasional. Permasalahan tersebut merupakan tantangan dan ancaman bagi perguruan tinggi umumnya.

Semakin tingginya kesadaran masyarakat akan nilai perguruan tinggi mengakibatkan peningkatan tuntutan dari masyarakat terhadap kualitas perguruan tinggi. Menurut Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT), tuntutan yang diberikan masyarakat kepada perguruan tinggi meliputi jaminan kualitas (*quality assurance*), pengendalian kualitas (*quality control*), dan perbaikan kualitas (*quality improvement*). Upaya menerapkan tuntutan masyarakat terhadap kualitas pendidikan perguruan tinggi ini di Pelayanan BAN-PT dengan program akreditasi berkala bagi universitas negeri dan swasta di Indonesia.

Program Studi Pendidikan Matematika Unindra merupakan lembaga penyedia jasa dibidang pendidikan yang sangat dibutuhkan oleh calon mahasiswa. Lembaga pendidikan di Jakarta sangat banyak, oleh karena itu lembaga ini harus menghadapi persaingan yang sangat tajam khususnya dalam mencari calon mahasiswa yang berkualitas. Selain itu, Program Studi Pendidikan Matematika Unindra harus mempunyai keunggulan untuk memenuhi harapan pengguna lulusan. Agar Program Studi Pendidikan Matematika Unindra mempunyai keunggulan, kuncinya adalah memberi kepuasan yang lebih tinggi daripada yang diharapkan oleh pengguna lulusan.

Visi Program Studi Pendidikan Matematika Unindra adalah menjadi pusat pembelajaran pendidikan matematika yang memiliki kemampuan adaptif dan inovatif serta berlandaskan kemandirian. Salah satu misinya adalah mengembangkan sistem pendidikan yang mampu menumbuhkan lulusan Program Studi Pendidikan Matematika Unindra yang memiliki kemampuan profesional, mandiri, kreatif, dan inovatif serta adaptif terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Agar misi ini dapat tercapai maka seluruh civitas akademika harus menciptakan situasi yang kondusif, yang meliputi kegiatan pelayanan akademik, administratif, dan keuangan. Berbagai upaya yang dapat dilakukan oleh lembaga untuk meningkatkan pelayanan kepada mahasiswa misalnya memberikan pelayanan dengan cepat dan ramah, memberikan bantuan keuangan, menyediakan sarana prasarana. Namun demikian kenyataan menunjukkan bahwa ada sebagian mahasiswa merasa tidak puas. Hal ini ditunjukkan saat diadakan survei pendahuluan oleh peneliti, sebagian mahasiswa merasa ada dosen yang kehadiran dalam perkuliahannya kurang tanpa sebab yang jelas, pengumuman nilai hasil ujian tidak sesuai dengan saat dibutuhkan oleh mahasiswa, penggunaan jam mengajar tidak optimal, dosen kurang memberikan umpan balik atas tugas mahasiswa.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan oleh peneliti inilah perlu kiranya diadakan penelitian pada seluruh mahasiswa agar diperoleh gambaran yang lengkap tentang kepuasan mahasiswa Program Studi Pendidikan Matematika Unindra karena survei yang dilakukan tersebut belum dijelaskan jumlah sampelnya, teknik pengambilan sampel, dan instrumen penelitiannya. Salah satu faktor penurunan jumlah mahasiswa baru Program Studi Pendidikan Matematika Unindra beberapa tahun terakhir, salah satunya adalah kepuasan mahasiswa terhadap layanan program studi baik dari segi aspek layanan akademik, Pelayanan dan kinerja dosen sebagai salah satu indikator kunci dalam memenuhi konsep kepuasan mahasiswa sebagai pengguna jasa perguruan tinggi.

Berdasarkan data pada bagian akademik Fakultas FTMIPA Unindra diperoleh data yang disajikan pada tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan adanya penurunan jumlah mahasiswa baru yang diterima pada tahun 2013 kemudian jumlah mahasiswa baru terus mengalami penurunan pada tahun berikutnya, sementara jumlah mahasiswa yang aktif mengikuti perkuliahan berkisar antara 92.7%-97.0%. Terjadinya penurunan jumlah mahasiswa baru mengindikasikan menurunnya jumlah peminat pada Program Studi Pendidikan Matematika Unindra. Serta hal ini mengindikasikan adanya penurunan tingkat kepuasan mahasiswa sebagai

konsumen pendidikan serta perlunya pembenahan manajemen pelayanan kampus, khususnya Program Studi Pendidikan Matematika.

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Baru Pendidikan Matematika Dan Yang Aktif Kuliah Dalam Periode Tahun 2011-2015

Tahun	Mahasiswa Baru	Aktif Perkuliahan	Persentase Keaktifan Perkuliahan
2011	881	832	94.4%
2012	896	849	94.7%
2013	765	727	95.0%
2014	611	567	92.7%
2015	509	494	97.0%

Keberhasilan program studi sebagai unit kerja dalam perguruan tinggi sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan, dimana pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan mahasiswa. Terhadap layanan jurusan. Aspek layanan akademik, Pelayanan dan kinerja dosen sebagai salah satu indikator kunci dalam memenuhi konsep kepuasan mahasiswa sebagai pengguna jasa perguruan tinggi. Pengukuran mutu pelayanan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien, dan lebih efektif. Oleh karena itu, mutu pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen akan pelayanan dan berakhir pada persepsi konsumen akan mutu pelayanan yang diberikan.

Menurut Sukanti (2009:23-24) Pengetahuan tentang kepuasan mahasiswa akan memberikan banyak manfaat. Manfaat tersebut antara lain: kepuasan mahasiswa berfungsi sebagai pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan mahasiswa sehingga menjadi sumber dari keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Mahasiswa memilih penyedia jasa berdasarkan informasi dari teman, keluarga, atau dari lembaga, dan setelah menerima jasa itu mereka membandingkan jasa yang dialaminya dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dialami berada di bawah jasa yang diharapkan, mahasiswa akan merasa tidak puas. Sedangkan jika jasa yang dialami oleh mahasiswa memenuhi atau melebihi harapan mereka, maka mereka akan puas atau sangat puas.

Menurut Philip Kotler (2005) ketidakpuasan itu muncul karena adanya kesenjangan antara: (1) harapan konsumen dan persepsi manajemen., (2) persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa., (3) spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa, (4) penyampaian jasa dan komunikasi eksternal., dan (5) jasa yang dialami oleh pelanggan dan jasa yang diharapkan.

Upaya untuk memenuhi kepentingan dan kepuasan mahasiswa, perlu dilakukan melalui evaluasi terhadap kinerja pelayanan melalui permintaan umpan balik dari mahasiswa. Evaluasi dilakukan guna mengetahui kelemahan atau kekurangan dari kinerja pelayanan proses pembelajaran, yang diukur melalui atribut-atribut pelayanan. Diharapkan hasil evaluasi dapat memberikan informasi bagi sivitas akademika jurusan, terutama pimpinan jurusan dan dosen-dosennya. Informasi itu bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan perbaikan-perbaikan dalam hal faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Arief (2007) mendefinisikan pelanggan sebagai orang atau unit yang menerima hasil dari suatu proses dalam suatu sistem. Sementara Nasution (2001) memberikan

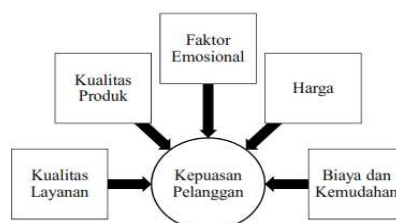
beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu sebagai berikut (a) Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya, (b) Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada apa keinginannya, (c) Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan, dan (d) Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

Menurut Muin (2014) kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana, yaitu sebagai suatu keadaan saat kebutuhan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk atau jasa yang dikonsumsi. Bagi perusahaan yang berfokus pada pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran. Sedangkan menurut Kotler, kepuasan pelanggan yaitu tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa puas atau merasa amat gembira. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Kotler, 2005). Dengan demikian, harapan pelanggan melatar belakangi mengapa dua organisasi pada jenis bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman pembelian dahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman pembelian dahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2003) terdapat lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu, (1) Kualitas produk. Konsumen atau pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. (2) Kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan saat ini tidak hanya difokuskan oleh industri jasa murni, dikarenakan hampir seluruh perusahaan memberikan pelayanan bagi pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. (3) Faktor emosional. Konsumen yang merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dirinya bila menggunakan produk dengan merek tertentu cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasannya bukan karena kualitas dari produk tersebut tetapi nilai emosional yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek produk tertentu. (4) Harga. Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggannya. (5) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan suatu produk dan jasa. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung merasa puas terhadap produk atau jasa tersebut. Skema faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Irawan, 2003)

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat harapan pelanggan sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi pelanggan terhadap kenyataan kinerja jasa yang dirasakan pelanggan. Sumarwan (2011) mengatakan bahwa dalam model paradigma diskonfirmasi, kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diperoleh pelanggan. Diskonfirmasi positif adalah apabila kinerja produk atau jasa lebih baik dari yang diharapkan, jika terjadi maka pelanggan akan merasa puas. Apabila kenyataan sama dengan yang diharapkan, disebut dengan konfirmasi sederhana. Apabila kenyataan lebih buruk dari harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas, hal ini disebut diskonfirmasi negatif.

Penilaian pelanggan terhadap kinerja layanan yang diterima bersifat subyektif, karena tergantung persepsi masing-masing individu. Selain itu, persoalan kompleks yang terdapat dalam pemasaran jasa terletak pada salah satu karakteristik jasa yaitu *variability*, ketidakseragaman kinerja. Partisipasi dan interaksi pelanggan dalam proses penyampaian jasa juga ikut menentukan kompleksitas evaluasi kualitas jasa. Sehingga konsekuensinya jasa yang sama dapat dinilai berlainan oleh konsumen yang berbeda (Tjiptono, 2012).

Konsep Kepuasan Mahasiswa

Setelah mahasiswa mengikuti kuliah, mahasiswa akan merasakan tingkat kepuasan atau tingkat ketidakpuasan tertentu. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membuat perbandingan antara kenyataan yang ia rasakan dengan harapannya. Menurut Nilakusmawati (2008), Mahasiswa dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum yaitu: (1) Jika kinerja di bawah harapan, mahasiswa akan tidak puas, (2) kalau kinerja sesuai dengan harapan, mahasiswa akan puas, (3) apabila kinerja melampaui harapan, mahasiswa akan merasa sangat puas, senang, atau bahagia. Perasaan tidak puas, puas atau sangat puas ini akan mempengaruhi tindakan selanjutnya.

Mahasiswa yang merasa puas akan menyampaikan secara positif tentang jasa yang dia gunakan/konsumsi. Mahasiswa yang tidak puas akan bereaksi secara berlainan. Mahasiswa yang tidak puas akan mengambil satu dari dua tindakan berikut ini: (1) mereka mungkin berusaha mengurangi ketidakpuasan tersebut dengan meninggalkan atau pindah ke program studi lain atau ke perguruan tinggi lain. (2) mereka mungkin berusaha mengurangi ketidakpuasan dengan mencari informasi yang dapat memperkuat nilai tinggi jasa tersebut (menghindari informasi yang mungkin memperkuat nilai rendahnya). Pimpinan/manajemen dapat mengambil langkah untuk meminimalkan jumlah ketidakpuasan mahasiswa, misalnya dengan mengadakan komunikasi secara periodik. Komunikasi dengan para mahasiswa dapat dilakukan dengan menyediakan forum komunikasi yang baik bagi keluhan mahasiswa dan menangani keluhan tersebut dengan cepat.

Harapan mahasiswa dibentuk oleh komentar teman dan kenalannya, serta informasi dan janji lembaga, dan pesaingnya. Apabila lembaga menaikkan harapan mahasiswa

terlalu tinggi, mahasiswa mungkin akan kecewa jika lembaga gagal dalam memenuhinya. Di lain pihak, jika lembaga menetapkan harapan mahasiswa terlalu rendah, maka lembaga tidak dapat menarik cukup banyak calon mahasiswa meskipun mahasiswa akan puas. Tingkat kepuasan atau kesenangan yang tinggi akan menciptakan ikatan emosional yang tinggi. Lembaga perlu membentuk budayanya sedemikian rupa sehingga orang dalam lembaga bertujuan menyenangkan mahasiswa. Menurut Kotler (2005:561) dan Parasuraman et.al (1988) menjelaskan terdapat lima determinan atau lima dimensi *service quality* yaitu (1) *tangibles*, (2) *Reliability*, (3) *responsiveness*, (4) *assurance*, dan (5) *empathy*.

Pelayanan Perguruan Tinggi

Pendidikan tinggi menurut Wijatno (2009) merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program Diploma, Sarjana, Magister, Spesialis, dan Doktor yang diselenggarakan oleh pendidikan tinggi serta diatur dalam pasal 19 dan 20 Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional (UU Sisdiknas). Istilah pendidikan tinggi dan perguruan tinggi (PT) sering saling dipertukarkan dengan anggapan mempunyai arti yang sama. Namun, dua istilah itu sebenarnya mempunyai arti berbeda. Pendidikan tinggi adalah pendidikan pada jalur pendidikan sekolah pada jenjang yang lebih tinggi daripada pendidikan menengah. Sementara PT adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi. Pengertian PT sesuai dengan PP (Peraturan Pemerintah) nomor 60 tahun 1999 adalah wilayah otonom dan mandiri yang berhak mengelola sendiri lembaganya sebagai pusat penyelenggaraan pendidikan tinggi, penelitian ilmiah, dan pengabdian kepada masyarakat.

Indrajit dan Djakoprano dalam Wijatno (2009) menjelaskan terdapat lima dimensi makna yang melekat pada PT, yaitu: Dimensi etis, Dimensi keilmuan, Dimensi pendidikan, Dimensi sosial, dan Dimensi korporasi

Kualitas Pelayanan Pendidikan

Konsep kualitas layanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus di dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan. Hal ini sesuai dengan teori "*Quality*" yang dikemukakan oleh Marcel bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan. (Marcel, Davidson, 2003:192).

Konsep kualitas layanan pada dasarnya adalah suatu standar kualitas yang harus dipahami di dalam memberikan pelayanan yang sebenarnya tentang pemasaran dengan kualitas layanan. Hal tersebut bukan hanya bersifat cerita atau sesuatu yang mengada-ada, tetapi harus disesuaikan dengan suatu standar yang layak, seperti standar ISO (*International Standardization Organization*), sehingga dianggap sebagai suatu kondisi yang sehat untuk tujuan atau pemakaian, memiliki keselarasan dengan spesifikasi, kebebasan dengan segala kekurangannya, membentuk kepuasan pelanggan, memiliki kredibilitas yang tinggi dan merupakan kebanggaan.

Penjaminan kualitas adalah tanggung jawab PT sebagai pihak yang terkait langsung dalam pola evaluasi internal. Sehingga *internal quality assessment* merupakan tanggung jawab PT, sementara *external quality assessment* menjadi tanggung jawab pemerintah melalui Ditjen Dikti (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi) dan BAN-PT. Penilaian eksternal terhadap kualitas ini dilakukan BAN-PT terhadap PT dan program

studi melalui akreditasi. Akreditasi institusi PT dan program studi terhadap kelayakan mutu dan kapasitas penyelenggaraan program akademisnya (Wijatno, 2009).

Hayati (2007) menyatakan bahwa kualitas pelayanan perguruan tinggi (PT) dinyatakan baik apabila PT mempunyai kemampuan untuk menetapkan dan mewujudkan visi melalui misi yang diemban. Juga apabila PT mampu untuk memenuhi kebutuhan *stakeholders* yang meliputi kebutuhan masyarakat, dunia kerja, dan profesi. Kualitas pelayanan berperan besar dalam pendidikan. Kualitas tinggi bukan merupakan pembeda antara universitas yang efisien dan yang tidak efisien (Javadi, 2011).

Mahasiswa sebagai Pelanggan

Proses penyampaian jasa yang terjadi dalam lembaga perguruan tinggi (PT) tidak dapat dipisahkan dari keberadaan mahasiswa sebagai pelanggan jasa pendidikan yang ditawarkan. PT sebagai penyedia jasa harus mampu memenuhi harapan mahasiswanya dan meminimalisir adanya kesenjangan (*gap*) sesuai dengan kemampuannya. Mahasiswa sebagai pelanggan lembaga perguruan tinggi juga memiliki perilaku yang sama pada saat mereka melakukan pembelian sebuah barang dengan saat melakukan pembelian berupa jasa. Perilaku pembelian barang dan jasa keduanya terlihat dalam proses perolehan, konsumsi, pengalaman, serta ide-ide (Minor, 2002).

Dari penjelasan tersebut maka PT sebagai organisasi atau institusi penyedia jasa pendidikan hendaknya memperhatikan kepuasan dari mahasiswanya dengan menyediakan jasa yang dilaksanakan semaksimal mungkin, agar mahasiswa menjadi pelanggan pendidikan yang terpuaskan. Sementara rendahnya kualitas PT menyebabkan ketidakpuasan mahasiswa sebagai pelanggan. Mahasiswa yang tidak puas, cenderung memilih mundur atau transfer ke perguruan tinggi lain. Sementara yang tetap bertahan di perguruan tinggi tersebut, tidak akan memberikan pernyataan dukungan kepada calon pelanggan lain setelah lulus (Borden dalam Shekarchizadeh, 2011).

METODE

Adapun Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan metode survei. Secara umum, pengertian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi (Singarimbun, 1989). Dengan metode survei, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisioner (sebagai instrumen penelitian), yaitu daftar pertanyaan yang terstruktur. Pada kuisioner yang dirancang terdapat variabel penelitian yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Populasi dalam penelitian adalah seluruh mahasiswa reguler S1 Program Studi Pendidikan Matematika Universitas Indraprasta PGRI pada tahun 2016 yang berjumlah 2804 mahasiswa

Penetapan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Formula tersebut adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan

Dalam hal ini responden yang dipilih adalah mahasiswa yang menggunakan jasa layanan akademik dan layanan administrasi Program Studi Pendidikan Matematika Unindra yaitu mahasiswa aktif mulai dari semester awal sampai dengan semester akhir.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi yaitu mahasiswa Program Studi Pendidikan Matematika Unindra.

Variabel utama dalam penelitian ini adalah *Kepuasan mahasiswa* yang akan diukur dengan *Indeks Kepuasan*. Indeks adalah ukuran gabungan untuk suatu variabel. Pengukuran kepuasan melalui beberapa dimensi atau aspek. Dalam penelitian ini setiap pernyataan diberi bobot (*weight*) yang sama. Hal ini dikarenakan peneliti belum menentukan alasan yang kuat untuk menyangsikan ketidaksamaan bobot pernyataan dalam masing-masing dimensi.

Indeks kepuasan merupakan suatu hasil representasi dari skala kepuasan beberapa dimensi yang dibentuk dari beberapa indikator atau item atau atribut. Tingkat dan indeks kepuasan merupakan suatu nilai yang diberikan oleh mahasiswa atas pelayanan yang telah dilakukan oleh Program Studi Pendidikan Matematika Unindra. Item-item dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang menggambarkan skala pengukuran kepuasan menurut persepsi responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1 sampai dengan 5. Angka “1” menyatakan sangat tidak puas, “2” menyatakan tidak puas, angka “3” menyatakan cukup puas, dan angka “4” menyatakan puas dan angka “5” menyatakan sangat puas.

Konsekuensi dari skala pengukuran kepuasan tersebut, nilai tengah dari skala pengukuran skor kepuasan akan berada pada angka “3,0”. Berdasarkan skor nilai yang diperoleh akan diklasifikasikan ke dalam 5 daerah (zona) tingkat kepuasan. Masing-masing zona dicirikan dengan kondisi berikut. *Zona kritis*, apabila rata-rata indeks berada pada range 1,00-1.80 memberi indikasi bahwa customer atau stakeholder merasa kurang puas terhadap Program Studi Pendidikan Matematika Unindra. Apabila tingkat atau indeks kepuasan berada pada zona sangat kritis dan kritis, maka diperlukan perhatian yang sangat serius dari pihak Program Studi Pendidikan Matematika Unindra. Selanjutnya, *Zona kepuasan rendah*, apabila rata-rata indeks berada pada range 1.80-2.60 yang memberi indikasi bahwa customer atau stakeholder sudah merasa cukup puas terhadap Program Studi Pendidikan Matematika Unindra. Kondisi ini menyiratkan bahwa pelayanan yang telah dilakukan sudah cukup baik tapi masih harus ditingkatkan. *Zona kepuasan cukup*, apabila rata-rata indeks berada pada range 2.60-3.40 yang memberi indikasi bahwa customer atau stakeholder sudah cukup merasa puas terhadap Program Studi Pendidikan Matematika Unindra. Kondisi ini menyiratkan bahwa pelayanan yang telah dilakukan sudah setara dengan yang diharapkan oleh responden. *Zona kepuasan tinggi*, apabila rata-rata indeks berada lebih dari 3.40-4.20 Nilai ini menggambarkan bahwa customer atau stakeholder sudah puas terhadap Program Studi Pendidikan Matematika Unindra. Kondisi ini menyiratkan bahwa pelayanan yang telah dilakukan sudah lebih dari yang diharapkan oleh responden. Terakhir, *Zona kepuasan tinggi sekali*, apabila rata-rata indeks berada 4.20-5.00 Nilai ini menggambarkan bahwa customer atau stakeholder sudah sangat puas terhadap Program Studi Pendidikan Matematika Unindra. Kondisi ini menyiratkan bahwa pelayanan yang telah dilakukan sudah lebih dari yang diharapkan oleh responden.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah daftar pertanyaan yang diajukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendasar dari laporan tentang diri sendiri (*self report*) atau pada pengetahuan atau keyakinan pribadi subyek atau informasi yang diteliti. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data tersebut digunakan kuesioner yang bersifat tertutup yaitu pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberikan jawaban kepada beberapa alternatif saja atau pada satu jawaban saja.

Sedangkan penyusunan skala pengukuran digunakan metode *likert summated ratings* (LSR). Dengan alternatif pilihan 1 sampai dengan 5 jawaban pertanyaan dengan ketentuan sebagai berikut:

Nilai 5 : untuk jawaban sangat tinggi

Nilai 4 : untuk jawaban tinggi

Nilai 3 : untuk jawaban cukup

Nilai 2 : untuk jawaban rendah

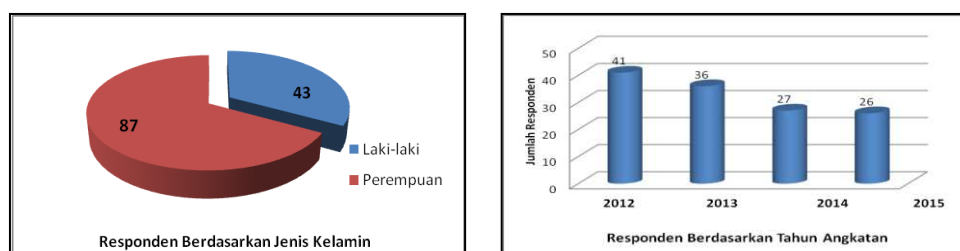
Nilai 1; untuk jawaban sangat rendah

Dalam penelitian ini metode pengumpulan datanya yang dipakai adalah angket (kuesioner). Angket (kuesioner) tersebut ditujukan kepada mahasiswa program studi pendidikan matematika Unindra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Indeks Kepuasan Mahasiswa

Gambaran tingkat kepuasan dari mahasiswa tidak terlepas dari karakteristik responden. Karakteristik responden Karakteristik responden yang diikutsertakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin dan angkatan. Secara keseluruhan deskripsi dari karakteristik responden mahasiswa dapat dilihat pada gambar.



Gambar 2. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Tahun Angkatan

Gambar diatas menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebesar 87 orang atau 67 persen sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 43 orang atau 33 persen. Dari gambar di atas juga jelas terlihat bahwa gambaran karakteristik sudah sesuai dengan sampel yang direncanakan terutama dari aspek tahun angkatan. Pada Gambar juga menunjukkan bahwa sebaran responden berdasarkan angkatan sebagian besar berasal dari angkatan 2012 atau semester 8 yaitu 41 responden atau 31,53 persen sedangkan angkatan 2015 (atau semester 2). Hal ini menunjukkan bahwa sampel sudah representatif sehingga bisa dilakukan generalisasi. Selain itu partisipasi mahasiswa dalam merespon kuesioner sangat baik melihat tingkat pengembalian kuesioner mencapai 95 persen.

Tabel 2. Jumlah Populasi, Sampel dan Kuesioner yang kembali

Tahun Angkatan	Populasi	Sampel (5%)	Kuesioner kembali	Sampel Tereliasasi
2012	896	45	41	0,91
2013	765	38	36	0,95
2014	611	31	27	0,87
2015	567	28	26	0,93

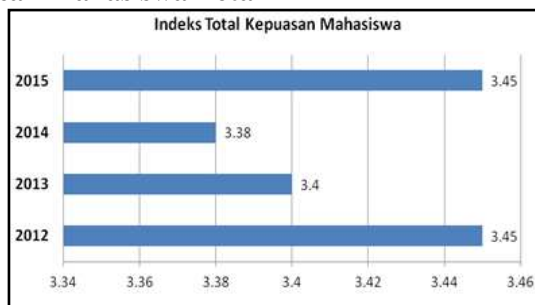
Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan kualitas proses belajar mengajar yang diterima oleh mahasiswa. Dalam

melakukan pengukuran kepuasan mahasiswa dan tingkat kepentingan kualitas proses belajar mengajar menurut mahasiswa, langkahlangkah yang dilakukan adalah: (1) Menentukan dimensi-dimensi kualitas layanan terhadap suatu jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada mahasiswa yang terdiri dari: **Dimensi Bukti Nyata (Tangibles)**, Dimensi ini terdiri dari dua bagian yakni fasilitas dan kurikulum dimana untuk fasilitas terdiri dari 6 variabel sedangkan kurikulum/produk terdiri dari 7 variabel sebagai berikut: **Bukti Nyata-Fasilitas:** Kenyamanan ruang kuliah, Kenyamanan ruang diskusi, Kemudahan akses internet, Kelengkapan literature perpustakaan, Kebersihan toilet, Kemudahan parker kendaraan, dan Keramahan Karyawan. **Bukti Nyata-Kurikulum:** Materi yang diberikan berbobot, Kurikulum yang ditawarkan bermanfaat untuk kerja, Tersedia penjurusan yang diinginkan, Komposisi antara teori dan kasus-kasus di dunia nyata, seimbang, Komposisi kasus-kasus di dunia nyata lebih banyak dari teori, dan Mata kuliah konsentrasi banyak variasi.

Dimensi Kehandalan (Reliability), Dimensi ini terdiri dari 2 variabel: Pelayanan Akademik yang cermat dan Pelayanan urusan administrasi yang cepat. **Dimensi Kesigapan (Responsiveness)**, Dimensi ini terdiri dari 5 variabel: Kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa, Kesigapan Pembimbing skripsi dalam melayani mahasiswa, Kemudahan berkomunikasi dengan dosen, Karyawan cepat tanggap melayani keperluan mahasiswa, dan Kesigapan karyawan (*Office Boy*) dalam mengatur ruang kelas sebelum penguliah dimulai. **Dimensi Jaminan (Assurance)**, Dimensi ini terdiri dari 5 variabel: Dosen disiplin dalam jadwal penguliah, Dosen memiliki kemampuan yang baik dalam menyampaikan materi penguliah, Karyawan bekerja dengan terampil, Karyawan memperlihatkan sikap yang baik dalam memberikan pelayanan, dan Pengumuman nilai ujian tepat waktu. **Dimensi Empati (Empathy)**, Dimensi ini terdiri dari 2 variabel: Dosen memberikan perhatian secara khusus kepada setiap mahasiswa dan Pengelola Program cepat tanggap menyelesaikan keluhan mahasiswa.

Indeks Total Kepuasan Mahasiswa Total



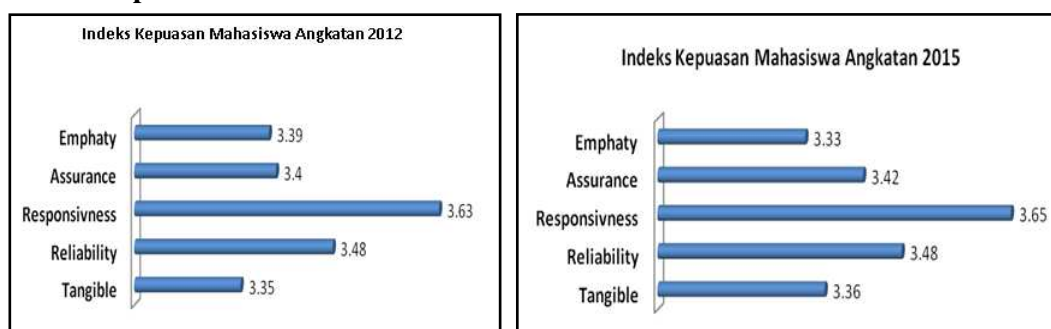
Gambar 3. Indeks Total Kepuasan Mahasiswa

Analisis indeks kepuasan mahasiswa secara keseluruhan disajikan pada gambar diatas Indeks kepuasan total dibentuk dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles*. Kelima dimensi tersebut menggambarkan kepuasan dari *customer* dalam hal ini mahasiswa. Terlihat dari gambar 3 diatas bahwa indeks kepuasan mahasiswa pendidikan matematika Unindra secara keseluruhan adalah sebesar 3.43 dan angka ini berada pada zona kepuasan tinggi. Namun demikian, juga terlihat bahwa indeks kepuasan mahasiswa dari angkatan 2012 dan 2015 besarnya sama dan masuk zona kepuasan tinggi, lebih tinggi dari indeks kepuasan Angkatan 2013 dan 2014.

Sementara, indeks kepuasan mahasiswa terendah adalah dari mahasiswa Angkatan 2014. Dari indeks kepuasan total tersebut perlu dikaji kontribusi masing-masing dimensi.

Indeks kepuasan total dibentuk dari kelima dimensi kualitas layanan. Berikut ini dilakukan analisis lebih rinci tentang indeks kepuasan mahasiswa menurut dimensi. Ditinjau secara keseluruhan, indeks kepuasan berbagai dimensi di program studi pendidikan matematika, terlihat bahwa hampir semua dimensi telah mempunyai indeks kepuasan diatas 3,4. Ini berarti, kelima dimensi, yaitu *responsiveness*, *reability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles* berada pada zona kepuasan tinggi. Hanya, pada dimensi *tangibles* dan *emphaty*, indeks kepuasan paling rendah jika dibandingkan dengan dimensi lainnya.

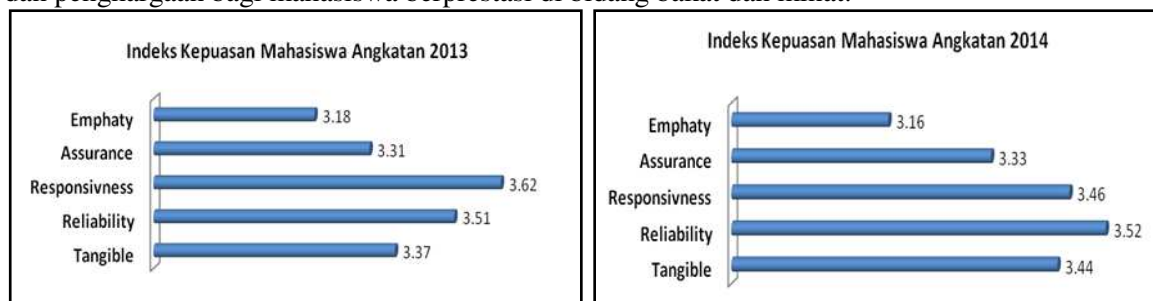
Indeks Kepuasan Mahasiswa Menurut Dimensi



Gambar 4. Indeks Kepuasan Mahasiswa Angkatan 2012 dan 2015

Gambar diatas menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa angkatan tahun 2012 dan 2015 adalah 3.45 ini berarti bahwa mahasiswa angkatan tahun 2012 dan 2015 puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi *responsiveness* dan *reability* merupakan dimensi yang paling besar sedangkan *tangible* dan *emphaty* merukan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan prodi pendidikan matematika. Oleh karena itu perlu ditingkatkan khususnya dimensi *tangible* dan *emphaty*. Untuk dimensi *tangible* ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa antara lain: kebersihan ruangan perkuliahan, Kelengkapan fasilitas di ruang perkuliahan, kelengkapan referensi di perpustakaan, kebersihan kamar kecil dan kebersihan sarana ibadah serta layanan internet di kampus dan keberadaan *hot spot/wifi*.

Untuk dimensi *emphaty* ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa antara lain: Dosen menanggapi keluhan dan saran dengan baik, dosen mau meluangkan waktu di luar jam kerja untuk melayani mahasiswa, dan penghargaan bagi mahasiswa berprestasi di bidang bakat dan minat.



Gambar 5. Indeks Kepuasan Mahasiswa Angkatan 2013 dan Angkatan 2014

Gambar diatas menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa angkatan tahun 2013 adalah 3.4 sedangkan rata rata kepuasan mahasiswa angkatan tahun 2014 adalah 3.38 ini berarti bahwa mahasiswa angkatan tersebut cukup puas dengan pelayanan yang

disediakan oleh lembaga. Dimensi *responsiveness* merupakan dimensi yang paling besar pada mahasiswa angkatan tahun 2013 sedangkan Dimensi *Reliability* merupakan dimensi yang paling besar pada mahasiswa angkatan tahun 2014. Pada kedua angkatan tersebut Dimensi kepuasan *emphaty* merupakan dimensi yang paling kecil yang menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan prodi pendidikan matematika.

Oleh karena itu perlu ditingkatkan khususnya dimensi *emphaty*. Untuk dimensi *emphaty* ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa antara lain: Dosen menanggapi keluhan dan saran dengan baik, dosen mau meluangkan waktu di luar jam kerja untuk melayani mahasiswa, kesedian waktu dosen dalam melayani bimbingan tugas akhir mahasiswa, dan penghargaan bagi mahasiswa berprestasi di bidang bakat dan minat.

Hasil analisis ini memperkuat hasil temuan Samosir (2005) bahwa kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan perpustakaan di Universitas Sumatera Utara (USU). Sedangkan secara parsial dimensi kehandalan, daya tanggap, empati, dan bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan dimensi jaminan tidak berpengaruh secara signifikan. Serta hasil penelitian yang dilakukan oleh Giantari, dkk (2008) bahwa ada 14 variabel yang memberikan kepuasan kepada mahasiswa yaitu kenyamanan ruang kuliah, fasilitas ruang kuliah, kebersihan ruang kuliah, prosedur pelayanan yang cepat, penanganan urusan administrasi dengan cermat, karyawan cepat tanggap melayani mahasiswa, kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa, kesigapan PA dalam melayani mahasiswa, kemampuan para dosen dalam menyampaikan materi perkuliahan, keterampilan pegawai administrasi dalam bekerja, jaminan nilai UAS tepat waktu, pemberian ujian her yang tepat waktu dan ketepatan dosen mengajar di kelas.

Prasetyaningrum (2009) dengan menggunakan pendekatan *structural equation modeling* (SEM) dengan *maximum likelihood estimation* didapatkan kesimpulan bahwa loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel pembelajaran melalui variabel kepuasan mahasiswa. Loyalitas mahasiswa juga dapat dibangun dari variabel kualitas pelayanan melalui variabel kepuasan mahasiswa. Hasil penelitian ini juga membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa: (1) Indeks kepuasan total dibentuk dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles*. Kelima dimensi tersebut menggambarkan kepuasan dari *customer* dalam hal ini mahasiswa. Rata-rata indeks kepuasan mahasiswa pendidikan matematika unindra secara keseluruhan adalah sebesar 3.43 dan angka ini berada pada zona kepuasan tinggi. (2) Kelima dimensi untuk mengukur kepuasan mahasiswa yaitu *responsiveness*, *reability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles* berada pada zona kepuasan cukup. Hanya, pada dimensi *tangibles* dan *emphaty*, indeks kepuasan paling rendah jika dibandingkan dengan dimensi lainnya; (3) Mahasiswa angkatan tahun 2012 dan 2015 rata rata indeks kepuasan mahasiswa adalah 3,45 ini berarti bahwa mahasiswa pada angkatan tersebut puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi *responsiveness* dan *reliability* merupakan dimensi yang paling besar sedangkan *tangible* dan *emphaty* merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan lembaga; (4) Mahasiswa angkatan tahun 2013 menunjukkan bahwa indeks rata rata

kepuasan mahasiswa adalah 3,4 ini berarti bahwa mahasiswa angkatan ini cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga.

Dimensi responsiveness dan reliability merupakan dimensi yang paling besar sedangkan empathy merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan lembaga; dan (5) Mahasiswa angkatan tahun 2014 menunjukkan bahwa indeks rata-rata kepuasan mahasiswa adalah 3,38 ini berarti bahwa mahasiswa angkatan tahun 2014 cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi reliability merupakan dimensi yang paling besar sedangkan empathy merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan lembaga, oleh karena itu perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa.

Saran

Dari hasil analisis diatas, dapat diberikan saran untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa ada beberapa saran yang harus diperhatikan terutama pada dimensi empathy dan tangible, dimana dimensi di semua angkatan memiliki indeks terendah. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain: Kenyamanan ruang kelas, Fasilitas dan media perkuliahan ruang kelas, Kelengkapan koleksi referensi, Fasilitas ruang workshop, Kebersihan toilet, Fasilitas Anjungan computer, Layanan internet di kampus, Keberadaan hot spot/ wifi, Kelengkapan buku panduan akademik, Keberadaan fasilitas pendukung lainnya (LCD, Laptop, Komputer, OHP, dan lain lain), Keramahan dosen dan karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, M. 2007. **Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan, Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan**. Malang: Bayumedia.
- Hayati, N. 2007. **Kepuasan Pelanggan (Mahasiswa) dalam Pelayanan Pendidikan Sebagai Perbaikan Mutu Berkelanjutan dalam Perguruan Tinggi (Studi Kasus di Universitas Widyatama)**. Universitas Widyatama, Bandung.
- Hekarchizadeh, A. 2011. **SERVQUAL in Malaysian Universities: perspectives of international students**. *Business Process Management Journal*, 17 (1).
- Irawan, H. 2003. **Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Javadi, M. 2011. **Quality Assessment for Academic Services in University of Isfahan According to the Students' Opinion Using SERVQUAL Model**. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3 (4).
- Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid I**. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Marcel, Davidson, 2003. **Service Quality in Concept and Theory**. USA: American Press.
- Minor, M. 2002. **Perilaku Konsumen**. Jakarta: Erlangga.
- Muin, Rahmawati. **Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Kampus**. *Jurnal ASSETS*, 4 (1).
- Nasution, MN. 2001. **Manajemen Mutu Terpadu**. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nilakusmawati, DPE. 2008. **Faktor-Faktor penentu kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan fakultas sebagai lembaga pendidikan (Studi Kasus di FMIPA, Universitas Udayana)**. *Cakrawala Pendidikan*, 27 (3).
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. 1988. **Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality**. *Journal of Retailing*, 64 (1).
- Siswoyo, Dwi dkk. 2007. **Ilmu Pendidikan**. Yogyakarta: UNY Press.
- Sukanti. 2009. **Analisis Kepuasan mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi FISE UNY**. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 8 (1).

- Sumarwan, U. 2011. **Riset Pemasaran dan Konsumen**. Bogor: IPB Press.
- Tjiptono, F. 2008. **Manajemen Jasa**. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono. 2012. **Service Management: Mewujudkan Layanan Prima**. Yogyakarta: ANDI.
- Wijatno, S. 2009. **Pengelolaan Perguruan Tinggi Secara Efisien, Efektif, dan Ekonomis (Untuk Meningkatkan Mutu Penyelenggaraan Pendidikan dan Mutu Lulusan)**. Jakarta: Salemba Empat.