

KUALITAS PELAYANAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA

Dian Eka^a, Yulia Hamdani Putri^b, Suhartini Karim^c

^aJurusan Management, Fakultas Ekonomi, Sriwijaya University, Indonesia. Email: dian_1961@yahoo.co.id

^bJurusan Management, Fakultas Ekonomi, Sriwijaya University, Indonesia. Email: yuliahamdani@unsri.ac.id

^cJurusan Management, Fakultas Ekonomi, Sriwijaya University, Indonesia. Email: suhartini@unsri.ac.id

ABSTRAK

Tujuan Penelitian: Tujuan penelitian ini adalah pertama untuk mengetahui kualitas pelayanan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Kedua untuk mengetahui indikator yang memiliki nilai kepuasan terendah.

Desain/Methodologi Penelitian: Penelitian ini memfokuskan pada lima dimensi kualitas pelayanan. Analisis data menggunakan *gap analysis*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang didapatkan dari pengumpulan kuesioner dari 360 responden

Temuan: pertama terdapat 14 indikator yang harus dipertahankan kualitas dan kinerjanya yang didominasi oleh bukti fisik, kemudian dimensi jaminan, dimensi empati, dimensi daya tanggap dan reliabilitas. Kedua, indikator yang dianggap sangat penting tetapi kepuasan sangat rendah yaitu sinyal wifi masih lemah di setiap kelas, referensi buku tidak lengkap di perpustakaan, kebersihan mushola dan toilet juga masih perlu ditingkatkan

Keterbatasan : penelitian ini berfokus pada penilaian kualitas pelayanan di lembaga pendidikan.

Originality/Value: artikel ini meneliti kualitas pelayanan di lembaga pendidikan.

Keyword. Gap analysis, Service Quality

PENDAHULUAN

Universitas Sriwijaya merupakan Perguruan Tinggi Negeri di Sumatera Selatan, Indonesia. Universitas Sriwijaya memiliki sepuluh fakultas dengan dua buah kampus yaitu di Bukit Besar, Kota Palembang dan di Indralaya, Kabupaten Ogan Ilir. Fakultas Ekonomi didirikan pada tanggal 31 Oktober 1953 di bawah naungan Yayasan Perguruan Tinggi Syakhyakirti yang berstatus swasta. Kemudian, menjelang peresmian Universitas Sriwijaya pada tanggal 17 September 1960, Fakultas ini diserahkan oleh pihak Yayasan kepada Universitas Sriwijaya beserta seluruh mahasiswa, dosen, dan pegawai administrasinya, yang kemudian merupakan cikal bakal Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Pada saat peresmian Universitas Sriwijaya, 3 November 1960 (PP Nomor: 42 Tahun 1960 tanggal 29 Oktober 1960), Fakultas ini hanya mempunyai satu jurusan, yaitu Jurusan Ekonomi Perusahaan yang kemudian diubah menjadi Jurusan Manajemen. Tahun akademik 1962/1963 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya membuka 2 jurusan baru, yaitu Jurusan Akuntansi dan Jurusan Umum yang kemudian diubah menjadi Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan. Berdasarkan SK Ditjen Dikti Nomor: 212/Dikti/Kep/1996, sejak 1996, Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan diubah namanya menjadi Jurusan Ekonomi Pembangunan.

Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya memiliki penurunan jumlah peminat pada tahun 2016. Data peminat versi SBMNPTN tahun 2014-2016 adalah sebagai berikut (lihat **tabel 1**). Kepuasan menjadi tolak ukur yang penting dalam menentukan keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Meskipun status Universitas Sriwijaya adalah Universitas Negeri, sebagai lembaga pelayanan pendidikan dan penyedia jasa maka patut ditinjau lebih lanjut persepsi mahasiswa fakultas ekonomi terhadap kualitas layanan yang telah ada. Disamping itu perlu diukur motivasi mahasiswa menempuh pendidikan sarjana di kampus Universitas Sriwijaya, pencapaian motivasi.

Tabel 1
DATA PEMINAT VERSI SBMPTN TAHUN 2014-2016

Tahun	2014	2015	2016
Manajemen	2397	2498	2317
Ekonomi	1071	1113	1053
Pembangunan			
Akuntansi	2200	2091	1985
Jumlah	7682	7717	7371

Sumber : data KPA Unsri (2018)

Motivasi mahasiswa seperti pemenuhan kekuasaan, pemenuhan afiliasi dan tercapainya prestasi dapat meningkatkan kepuasan menempuh pendidikan di Universitas Sriwijaya. Pemenuhan kekuasaan yang dimaksud adalah mahasiswa memiliki wadah berapresiasi, beorganisasi dan dapat belajar mengemban tugas dan jabatan dalam organisasi tersebut disamping mengikuti kuliah wajib di kampus. Dalam pemenuhan afiliasi mahasiswa yang dimaksud adalah mahasiswa dapat membentuk jaringan pertemanan dan menjalin kerjasama dalam suatu kegiatan yang positif. Universitas juga menjadi wadah untuk meningkatkan prestasi baik akademik dan non akademik. Prestasi akademik seperti meraih predikat cumlaude sedangkan prestasi non akademik seperti juara di bidang olah raga, karya ilmiah dan kesenian. Oleh karena itu, manajemen institusi harus berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan untuk memuaskan dan memotivasi siswa. Memotivasi siswa untuk hadir dan studi masa depan dengan partisipasi yang lebih baik dalam proses sama pentingnya untuk mendapatkan kualitas luaran yang terbaik. Layanan terbaik juga membuat siswa setia kepada institusi. (Annamdevula and Bellamkonda, 2016)

Kepuasan juga merupakan salah satu prediksi bagi lembaga pendidikan untuk meningkatkan mutu dan meningkatkan jumlah mahasiswa. Pendekatan HiEduQual memastikan bahwa evaluasi kepuasan mahasiswa dapat dilihat dalam warna aslinya dimanaberkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang persyaratan siswa (Annamdevula and Bellamkonda, 2016). Kepuasan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kualitas layanan juga mempunyai pengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Promosi mempunyai pengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (Novianti, Endri and Darlius, 2018). Pengukuran kualitas layanan dalam pendidikan tinggi sangat kompleks karena beberapa fitur unik seperti partisipasi kognitif pelanggan (mahasiswa) dalam proses layanan, kebutuhan siswa yang dipenuhi oleh berbagai pihak, layanan jangka panjang dan berkelanjutan. (Annamdevula and Bellamkonda, 2013).

KAJIAN PUSTAKA

A. Kualitas Layanan

a. definisi

Menurut Lewis dan Booms (1983) yang dikutip oleh Tjiptono (2011:180) kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Tjiptono dalam Sunyoto (2012) mengatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Menurut Sunyoto (2012), "Mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen,

adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen”.

b. Dimensi Pokok Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2011:198) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Reliabilitas (reliability) Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (Responsiveness) Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (Assurance) Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.
4. Empati (Empathy) Menyatakan bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (Tangible) Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan/perengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi. Berdasarkan kelima dimensi kualitas layanan tersebut, maka kepuasan pelanggan dapat diukur, dipahami dan dijadikan sebagai suatu hasil yang baik untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan yang baru pertama kali maupun pelanggan yang sudah berulang-ulang menggunakan jasa tersebut.

B. Kepuasan

a. Definisi

Kepuasan pelanggan berdasarkan kerangka definisional yang disusun oleh Giese dan Cote (2000) yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra (2011:292), kepuasan pelanggan adalah:

- 1) Rangkuman berbagai intensitas respon aktif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami konsumen harus didefinisikan secara eksplisit oleh peneliti, tergantung pada konteks penelitiannya.
- 2) Dalam waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas. Peneliti harus menentukan waktu penentuan yang paling relevan dengan masalah penelitiannya dan mengidentifikasi kemungkinan durasi respon tersebut.
- 3) Yang ditujukan bagi aspek penting dalam pemerolehan dan atau konsumsi produk. Peneliti harus mengidentifikasi focus riset berdasarkan pertanyaan riset atau masalah manajerial yang dihadapi. Fokus ini bisa luas maupun sempit cakupannya dalam hal isu atau aktivitas pemerolehan atau konsumsi produk.

b. Dimensi Kepuasan Pelanggan

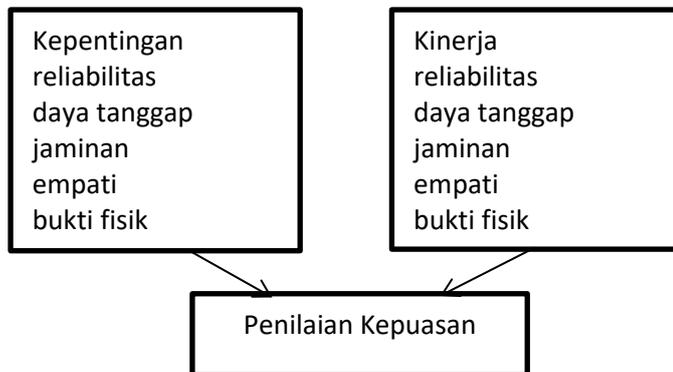
Hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan menurut Kotler (2011), yaitu:

- 1) Tetap setia
Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama.
- 2) Membeli produk yang ditawarkan

Keinginan untuk membeli produk atau makanan lain yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

- 3) Merekomendasikan produk
Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth communication) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.
- 4) Bersedia membayar lebih
Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan, ketika harga lebih tinggi konsumen cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga.
- 5) Memberi masukan
Walaupun kepuasan sudah tercapai, konsumen selalu menginginkan yang lebih lagi, maka konsumen akan memberi masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai.

Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi, dalam penelitian ini digunakan penarikan sampel dengan metode *Lemeshow* berjumlah 360 responden. Metode pengambilan sampel *Non Probability Sampel* dengan menggunakan *Purposive Sampling*.

Metode analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis importance performance analysis. Analisis deskriptif untuk menganalisis proses pengambilan keputusan dan Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengukur kepuasan pengunjung, secara konsep IPA merupakan suatu model multi-atribut. Teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan penawaran pasar dengan menggunakan dua kriteria yaitu kepentingan relatif atribut dan kepuasan konsumen. Martila dan James dalam Ariyoso (2009) mengungkapkan IPA memiliki keunggulan untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. Adapun rumus yang digunakan dalam IPA adalah sebagai berikut:

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki: Tingkat kesesuaian responden

Xi : Skor penilaian kepuasan

Yi : Skor penilaian kepentingan atribut

Penilaian skor untuk analisis IPA menggunakan skala untuk menggolongkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Pemberian nilai skor pada skala dirumuskan dengan rentang skala pada skala linear numerik (Simamora 2004). Rumus rentang skala yaitu :

$$\text{Rentang Skala} = \frac{g-n}{g}$$

Dimana :

g = skor tertinggi

n = skor terendah

pada penelitian ini, rentang skala yang digunakan : RS = 0,9

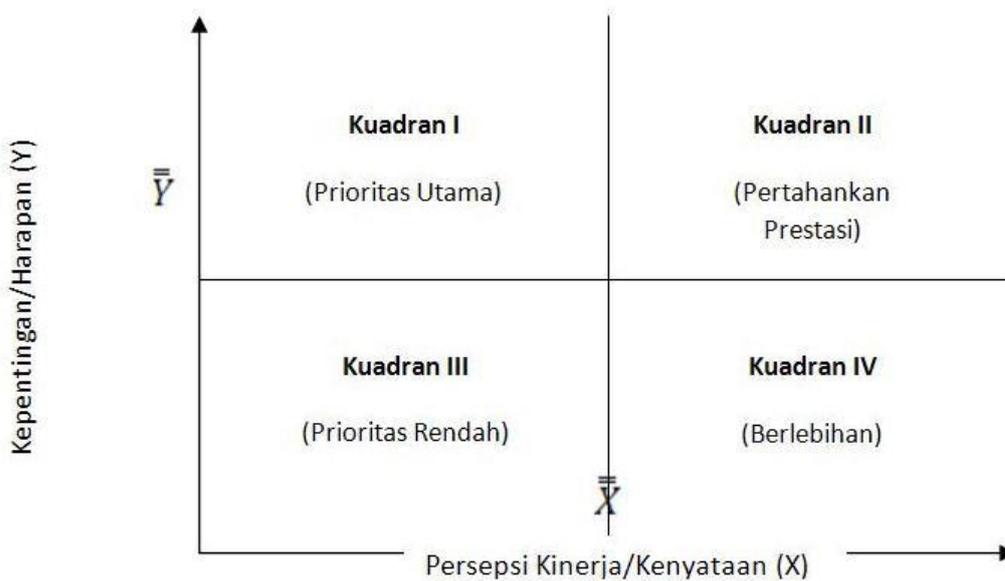
Berdasarkan rentang skala diatas maka kriteria kepentingan yang digunakan pada penelitian adalah :

0 – 1,00 = Sangat tidak penting
 1,1 < X ≤ 1,9 = Tidak penting
 2,0 < X ≤ 2,9 = Cukup penting
 3,0 < X ≤ 3,9 = Penting
 4,00 < X ≤ 5 = Sangat penting sekali

0 – 1,00 = Sangat tidak baik
 1,1 < X ≤ 1,9 = Tidak baik
 2,0 < X ≤ 2,9 = Cukup baik
 3,0 < X ≤ 3,9 = Baik
 4,00 < X ≤ 5 = Sangat baik sekali

Selanjutnya, hasil akan dibentuk dalam empat kuadran dibawah ini

Diagram Kartesius



Gambar 1

Keterangan:

- I : Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga mengecewakan/tidak puas.
- II : Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan. Untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

- III : Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- IV : Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. (J. Supranto, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lima dimensi kualitas pelayanan diukur untuk mengetahui tingkat kepentingan mahasiswa terhadap setiap indikator pernyataan dan hasil kinerja yang dirasakan oleh mahasiswa, untuk penelitian ini diambil sebanyak 360 responden dari tiga jurusan yaitu ekonomi pembangunan, manajemen dan akuntansi. Lima dimensi kualitas pelayanan adalah dimensi reliabilitas, dimensi daya tanggap, dimensi jaminan, dimensi empati dan dimensi bukti fisik. Hasil penelitian terdapat pada penjelasan selanjutnya :

a. Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Dimensi Reliabilitas

Tabel 2: Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Dimensi Reliabilitas

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan		Tingkat Kinerja		Skor Kepuasan
		Rerata	Kategori Penilaian	Rerata	Kategori Penilaian	
1	Rencana pembelajaran (silabus) telah disampaikan dosen di awal pertemuan (r1)	4.38	SPS	3.94	B	-0.43
2	Rencana pembelajaran telah terlaksana dengan baik (r2)	4.26	SPS	3.73	B	-0.53
3	Adanya diskusi dan Tanya jawab berlangsung pada tatap muka (r3)	4.19	SPS	3.74	B	-0.45
4	Materi yang disampaikan mudah dipahami dengan baik (r4)	4.33	SPS	3.68	B	-0.64
5	Tugas yang diberikan dosen bermanfaat (r5)	4.38	SPS	3.90	B	-0.48
6	Materi yang disampaikan dosen kekinian (jurnal ilmiah, referensi buku terbaru) (r6)	4.20	SPS	3.76	B	-0.44
7	Dosen pembimbing akademik memiliki kompetensi yang memadai (r7)	4.59	SPS	4.14	SBS	-0.45

Sumber: data primer diolah (2018)

Berkaitan dengan kemampuan lembaga untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Skor kepuasan terendah terdapat pada materi yang disampaikan mudah dipahami dengan baik. Artinya mahasiswa tidak memahami dengan baik materi yang disampaikan dosen.

b. Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Dimensi Daya Tanggap

Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Skor kepuasan terendah terdapat pada alur pelayanan cepat artinya alur pelayanan lembaga lambat (lihat **tabel 3**).

Tabel 3 Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Dimensi Daya Tanggap

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan		Tingkat Kinerja		Skor Kepuasan
		Rerata	Kategori Penilaian	Rerata	Kategori Penilaian	
1	Bagian administrasi memberi tanggapan dengan cepat (dt1)	4.33	SPS	3.37	B	-0.96
2	Bagian administrasi melayani dengan senyuman/ ramah (dt2)	4.33	SPS	3.24	B	-1.09
3	Informasi yang diberikan bagian administrasi jelas dan mudah dipahami (dt3)	4.38	SPS	3.49	B	-0.88
4	Alur pelayanan cepat (dt4)	4.36	SPS	3.19	B	-1.17
5	Komunikasi antara kepala dan staf berjalan dengan lancar (dt5)	4.22	SPS	3.48	B	-0.75
6	Adanya standar operasional prosedur pelayanan kepada mahasiswa (dt6)	4.29	SPS	3.47	B	-0.82
7	Perpustakaan memiliki prosedur peminjaman buku yang baik (dt7)	4.42	SPS	3.86	B	-0.56
8	System informasi pelacakan buku/jurnal/skripsi di perpustakaan tersusun dengan baik (dt8)	4.37	SPS	3.46	B	-0.91

Sumber: data primer diolah (2018)

c. Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Dimensi Jaminan

Tabel 4 Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Dimensi Jaminan

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan		Tingkat Kinerja		Skor Kepuasan
		Rerata	Kategori Penilaian	Rerata	Kategori Penilaian	
1	Adanya asuransi/santunan musibah (kecelakaan/berita duka) bagi mahasiswa (j1)	4.31	SPS	3.25	B	-1.06
2	Adanya akses beasiswa/bantuan bagi mahasiswa tidak mampu dan mahasiswa berprestasi (j2)	4.62	SPS	3.99	B	-0.64
3	Memfasilitasi pembinaan pengembangan kepribadian dan kepemimpinan (kegiatan amkai, leadership, dll) (j3)	4.40	SPS	3.55	B	-0.85
4	Memfasilitasi kegiatan program kreatifitas mahasiswa (j4)	4.38	SPS	3.43	B	-0.95
5	Memfasilitasi kegiatan minat dan bakat olahraga, seni, social dan kerohanian (j5)	4.35	SPS	3.37	B	-0.99
6	Memfasilitasi mahasiswa untuk ikut kompetisi akademik dan non akademik (j6)	4.42	SPS	3.43	B	-0.99
7	Memberikan informasi magang, pertukaran belajar dan lowongan kerja (j7)	4.43	SPS	3.26	B	-1.17

Sumber: data primer diolah (2018)

Jaminan (Assurance) Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen Skor kepuasan terendah terdapat pada lembaga memberikan informasi magang, pertukaran belajar dan lowongan kerja, artinya informasi kurang diperoleh mahasiswa.

d. Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Dimensi Empati

Tabel 5 Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Dimensi Empati

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan		Tingkat Kinerja		Skor Kepuasan
		Rerata	Kategori Penilaian	Rerata	Kategori Penilaian	
1	Pegawai selalu membantu mahasiswa yang kesulitan mendapatkan pelayanan (e1)	4.39	SPS	3.39	B	-1.00
2	Jika layanan tidak selesai langsung pada hari itu, janji pengambilan layanan selalu sesuai (e2)	4.21	SPS	3.39	B	-0.83
3	Dosen pembimbing akademik mudah ditemui (e3)	4.36	SPS	3.57	B	-0.79
4	Dosen pembimbing akademik membuka layanan konsultasi bagi mahasiswa yang mengalami kesulitan tentang akademiknya (e4)	4.52	SPS	3.79	B	-0.73
5	Dosen mudah dihubungi lewat alat komunikasi/media social (e5)	4.48	SPS	3.74	B	-0.74
6	Fakultas mudah memberikan surat ijin dispensasi dalam proses belajar (tatap muka) bagi mahasiswa berprestasi non akademik. (e6)	4.36	SPS	3.49	B	-0.87

Sumber: data primer diolah (2018)

Lembaga memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman. Skor kepuasan terendah terdapat pada pegawai selalu membantu mahasiswa yang kesulitan mendapatkan pelayanan artinya sebaliknya, pegawai tidak membantu mahasiswa.

e. Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Dimensi Bukti Fisik

Tabel 6 Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Dimensi Bukti Fisik

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan		Tingkat Kinerja		Skor Kepuasan
		Rerata	Kategori Penilaian	Rerata	Kategori Penilaian	
1	Adanya fasilitas wifi dengan sinyal yang kuat (bf1)	4.63	SPS	3.00	B	-1.63
2	Adanya ruang kelas yang bersih, nyaman dan ber ac (bf2)	4.60	SPS	3.81	B	-0.79
3	Adanya fasilitas infocus, tayangan slide, papan tulis dan spidol dalam proses perkuliahan (bf3)	4.61	SPS	3.91	B	-0.70
4	Adanya tempat duduk yang nyaman, rapi dan ruangan penerangan cahaya yang cukup (bf4)	4.48	SPS	3.82	B	-0.66
5	Referensi dan buku akademik di perpustakaan sangat lengkap dan up to date nasional dan internasional (bf5)	4.41	SPS	3.29	B	-1.12
6	Toilet Mahasiswa bersih dan wangi (bf6)	4.41	SPS	2.94	B	-1.47
7	Mushola bersih rapi dan nyaman (bf7)	4.57	SPS	3.41	B	-1.16
8	Semua computer di lab komputer berfungsi dengan baik (bf8)	4.53	SPS	3.51	B	-1.03

Sumber: data primer diolah (2018)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi. Berdasarkan

kelima dimensi kualitas layanan tersebut, maka kepuasan pelanggan dapat diukur, dipahami dan dijadikan sebagai suatu hasil yang baik untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan yang baru pertama kali maupun pelanggan yang sudah berulang-ulang menggunakan jasa tersebut. Skor kepuasan terendah terdapat pada adanya fasilitas wifi dengan sinyal yang kuat, mahasiswa beralasan sinyal hotspot fakultas di setiap kelas lemah terutama di Indralaya.

f. Gap Analysis Kualitas Pelayanan

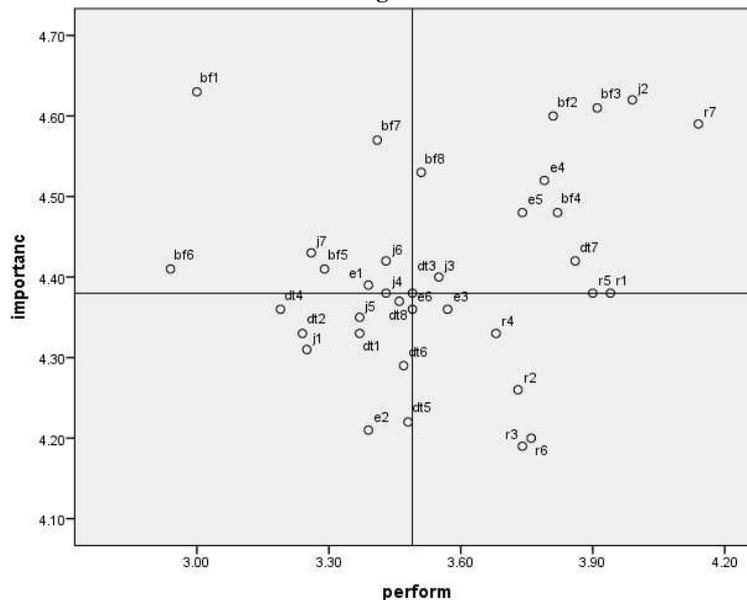
Kesenjangan antara kepentingan dan kinerja pada setiap indikator kualitas pelayanan terbagi menjadi empat kuadran dimana pada kuadran pertama menandakan bahwa indikator kualitas pelayanan yang terdapat di kuadran pertama merupakan indikator yang dianggap penting dan paling mempengaruhi kualitas pelayanan namun kinerja tidak memuaskan.

Indikator yang terdapat pada kuadran pertama didominasi oleh dimensi bukti fisik (bf1, bf6, bf, bf5) yaitu sinyal wifi masih lemah di setiap kelas, referensi buku tidak lengkap di perpustakaan, kebersihan mushola dan toilet juga masih perlu ditingkatkan. Kemudian dalam kuadran satu dimensi yang mendominasi selanjutnya adalah dimensi jaminan (j6,j4,j7) yaitu tentang informasi magang, pertukaran pelajar yang masih sangat kurang, kegiatan program kreatifitas mahasiswa dan fasilitas untuk mengikuti suatu kompetisi masih dianggap kurang.

Kuadran kedua terdapat unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan. Untuk itu wajib dipertahankannya, dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Indikator yang terdapat pada kuadran kedua berjumlah 14 indikator yang didominasi oleh bukti fisik (bf8, bf7, bf2, bf3, bf4), kemudian dimensi jaminan (j2, j3), dimensi empati (e6,e4,e5), dimensi daya tanggap (dt3) dan reliability (r7).

Kuadran ketiga menunjukkan beberapa indikator yang kurang penting pengaruhnya bagi mahasiswa, pelaksanaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Indikator yang terdapat pada kuadran ketiga berjumlah 9 indikator. Didominasi oleh dimensi daya tanggap (dt1, dt2, dt4, dt5, dt6, dt8), dimensi jaminan (j1,j5) dan empati (e2). Kuadran keempat terdapat indikator yang mempengaruhi mahasiswa kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan, dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Indikator yang terdapat pada kuadran keempat berjumlah 5 indikator. Didominasi oleh dimensi reliabilitas (r2,r3,r4,dan r6) dan satu dimensi empati (e5).

Gambar 2. Diagram Kartesius



KESIMPULAN

Dari pembahasan sebelumnya dapat diambil kesimpulan yang pertama terdapat 14 indikator yang harus dipertahankan kualitas dan kinerjanya yang didominasi oleh bukti fisik (bf8, bf7,bf2,bf3,bf4), kemudian dimensi jaminan (j2,j3), dimensi empati (e6,e4,e5), dimensi daya tanggap (dt3) dan reliability (r7). Kedua, indikator yang dianggap sangat penting tetapi kepuasan sangat rendah yaitu sinyal wifi masih lemah di setiap kelas, referensi buku tidak lengkap di perpustakaan, kebersihan mushola dan toilet juga masih perlu ditingkatkan. Kemudian tentang informasi magang masih kurang, informasi pertukaran pelajar yang masih sangat kurang, kegiatan program kreatifitas mahasiswa dan fasilitas untuk mengikuti suatu kompetisi masih dianggap kurang.

KETERBATASAN DAN FUTURE RESEARCH

Penelitian ini hanya berfokus pada kualitas pelayanan di satu fakultas perguruan tinggi negeri. Rekomendasi bagi lembaga pendidikan untuk meningkatkan kerjasama dan komunikasi aktif antara pejabat dan organisasi kemahasiswaan sehingga dapat meningkatkan pelayanan di bidang akademik, bagi peneliti lainnya perlu diteliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dan pengguna pelayanan pendidikan.

Daftar Pustaka

- Annamdevula, S. and Bellamkonda, R. S. (2013) 'Effect Of Student Perceived Service Quality On Student Satisfaction, Loyalty And Motivation In Indian Universities: development of HiEduQual', *Journal of Modelling in Management*, 11(2). doi: <http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>.
- Annamdevula, S. and Bellamkonda, R. S. (2016) 'The Effects Of Service Quality On Student Loyalty: The Mediating Role Of Student Satisfaction', *Journal of Modelling in Management*, 11(2), pp. 446–462. doi: 10.1108/JM2-04-2014-0031.
- Ariyoso (2009) **Statistik For Life**. <http://ariyoso.wordpress.com/konsep-impotance-for-analysis>
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empa.
- Novianti, Endri and Darlius (2018) 'Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan', *Jurnal Ilmiah Manajemen*, VIII(1), pp. 90–108.
- Supranto, J (2001) **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan**. Jakarta: PT Asdi Mahasatya
- Tjiptono, Fandi. (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2011). *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andy.
www.unsri.ac.id

TENTANG PENULIS

Penulis pertama Drs.H.Dian Eka, MM, adalah dosen manajemen Universitas Sriwijaya dengan jabatan fungsional lector kepala, saat ini menjabat sebagai wakil dekan III FE UNSRI. Mata kuliah yang diampu Statistik Ekonomi, Manajemen Operasi, Teknik Proyeksi Bisnis, sedangkan bidang konsentrasi Pemasaran. Kontak lebih lanjut dian_1961@yahoo.co.id	Penulis kedua Yulia Hamdaini Putri, SE, M.Si adalah dosen manajemen Universitas Sriwijaya. Menyelesaikan S2 di pascasarjana Universitas Sriwijaya. Matakuliah yang diampu Pemasaran Internasional, Manajemen Strategik, Komunikasi Bisnis dan Negosiasi, dan Studi kelayakan Bisnis, sedangkan bidang konsentrasi pemasaran. Kontak lebih lanjut yuliahamdaini@unsri.ac.id
Penulis Ketiga Dra.H.Suhartini Karim, MM, adalah dosen manajemen Universitas Sriwija, mata kuliah yang diampu adalah manajemen lembaga keuangan, komunikasi bisnis dan negosiasi sedangkan bidang konsentrasi pemasaran. Kontak lebih lanjut suhartini@unsri.ac.id	