

Membangun Kepuasan Layanan Akademik Mahasiswa

by Mohamad Muspawi

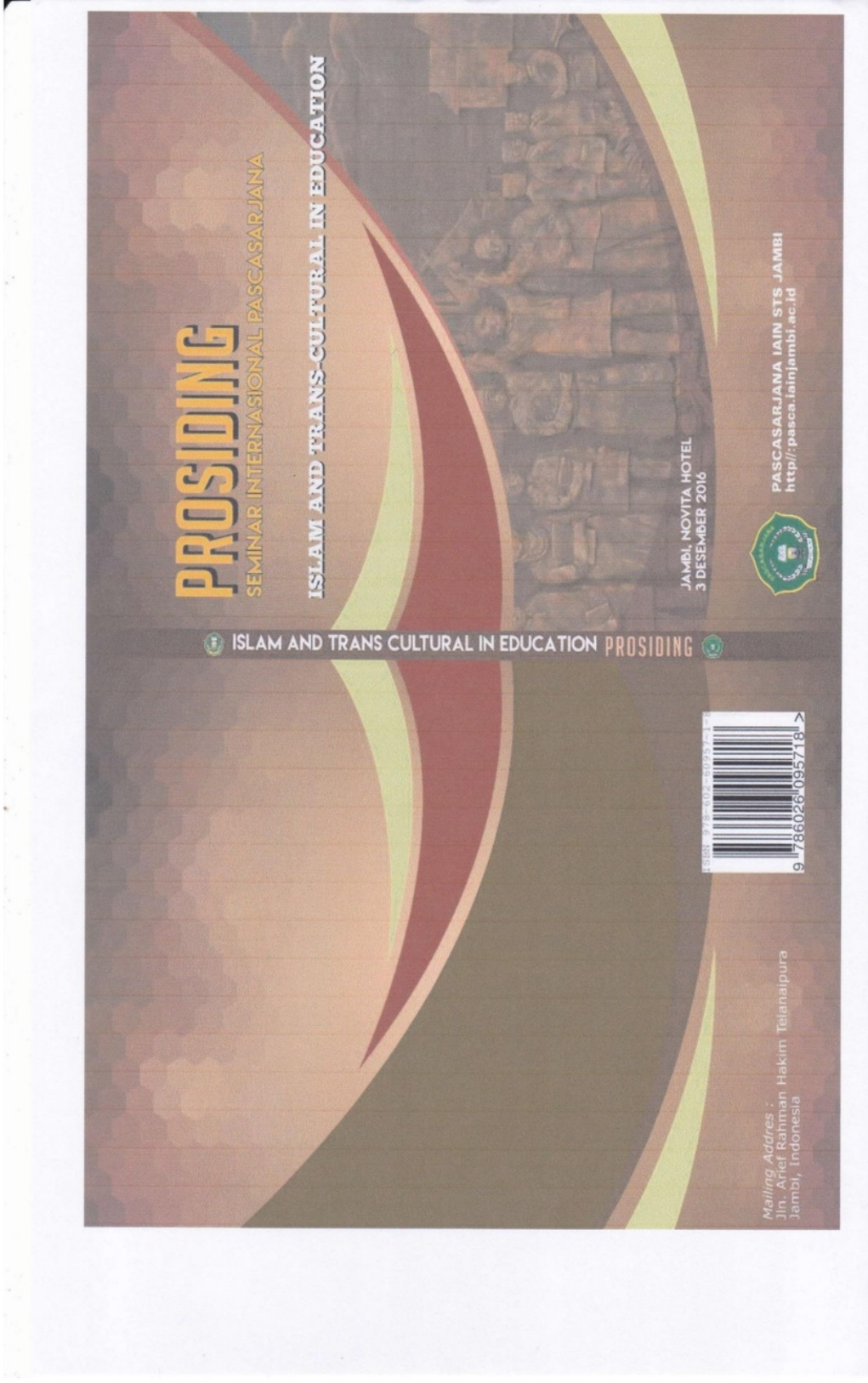
Submission date: 13-Aug-2019 02:39PM (UTC+0700)

Submission ID: 1159789852

File name: NG_INTERNASIONAL_2016._MEMBANGUN_KEPUASAN_LAYANAN_AKADEMIK.,.pdf (5.39M)

Word count: 20

Character count: 31



PROSIDING

SEMINAR INTERNASIONAL PASCASARJANA

ISLAM AND TRANS-CULTURAL IN EDUCATION

ISLAM AND TRANS CULTURAL IN EDUCATION PROSIDING

JAMBI NOVITA HOTEL
3 DESEMBER 2016



PASCASARJANA IAIN STS JAMBI
<http://pasca.iainjambi.ac.id>



Mailing Address :
Jin. Arief Rahman Hakim Telanaipura
Jambi, Indonesia

**PROSIDING SEMINAR INTERNASIONAL PASCASARJANA
IAIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI TAHUN 2016**

Islam And Trans-Cultural In Education

**Jambi, Novita Hotel
3 Desember 2016**

Pascasarjana IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
<http://www.prosiding.pasca.iainjambi.ac.id>



**PROSIDING SEMINAR INTERNASIONAL PASCASARJANA
IAIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI TAHUN 2016**

EDITOR:
Muhamad Taridi

LAYOUT:
A. Khalid

COVER DESIGN
Hamdi, Taridi

Diterbitkan Oleh:
Pascasarjana UIN STS Jambi
E-ISBN : 978-602-60957-1-8
Januari 2017

ALAMAT SURAT:
Jl. Arief Rahman Hakim Telanaipura Jambi. Kode Pos 36124
Email:

prosidingpascajambi@gmail.com
taridi64@gmail.com

website: <http://www.prosiding.pasca.iainjambi.ac.id>

The copyright of each article remains with the individual author(s)

Hak cipta dilindungi oleh Undang-undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.
Isi diluar tanggung jawab percetakan.
Ketentuan pidana pasal 72 undang-undang nomor 19 tahun 2002:
(1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
(2) Barangsiapa dengan sengaja menyebarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Kata Pengantar

Mengucapkan *syukur* Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya kepada panitia sehingga buku prosiding ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam tidak lupa ditujukan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa ummatnya dari alam kegelapan menuju alam terang benderang, serta menyebarkan nilai-nilai Islam untuk dunia amupun akhirat.

Dalam mengantisipasi tantangan dan kesempatan-kesempatan yang dihadapi oleh ummat Islam dan pendidikan Islam akhir-akhir ini, Pascasarjana IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dengan bangga menyelenggarakan dan menjadi tuan rumah seminar Internasional Pendidikan Islam yang mengambil tema "**Islam and Trans-Cultural in Education**", seminar ini bertujuan sebagai sebuah media untuk para akademisi, para peneliti, para praktisi, serta para ilmuan yang tertarik dalam dunia Islam khususnya dan pendidikan umumnya. Melalui prosiding ini, panitia penyelenggara telah mengumpulkan 10 (sepuluh) artikel dengan berbagai sub-tema berkaitan dengan tema seminar, yang mana artikel-artikel tersebut ditulis dan dipresentasikan oleh peserta prosiding baik itu dari mahasiswa program Doktor pascasarjana IAIN STS Jambi maupun dosen berasal dari dalam negeri dan luar negeri.

Semua artikel yang dimuat dan dipublikasi disini bukanlah hasil dari (peer-reviewer), dan bukan pula diedit berdasarkan isi, namun demikian proses pengeditan lebih ditekankan pada layout untuk memenuhi konsistensi dalam penerbitan dan ketentuan yang telah disyaratkan oleh panitia. Selain itu, Isi, Pendapat, Argumentasi serta validitas penelitian yang dimuat pada artikel merupakan bagian dari tanggung jawab masing-masing penulis.

Kami juga ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Direktur Pascasarjana, semua pembicara seminar, peserta prosiding, dan seluruh peserta seminar atas kehadiran, pendapat dan pemikiran yang luar biasa sehingga menambah semarak acara seminar. Mengakhiri kata pengantar ini, kami berharap dapat berjumpa lain waktu pada acara seminar selanjutnya, Amin ya.

Jambi, Januari 2017
Salam Panitia,

Dr. Muhamad Taridi, M.Pd

ACKNOWLEDMENT

The organizing committee of The International Seminar Pascasarjana IAIN STS Jambi would like to acknowledge the following individuals who served as the anonymous reviewers for the abstract submissions and the individuals involved in the process of publishing these proceedings.

List of Reviewers

Gregory Vanderbilt (Eastern Mennonite University, Virginia, USA)
Almakin (UN Sunan Kalijaga, Yogyakarta)
Ahmad Munjid (Universitas Gajah Mada, Yogyakarta)
Noorhuda Ismail (Monash University, Melbourne)
Mukhtar Latief (IAIN STS Jambi)
Muhamad Taridi (IAIN STS Jambi)
Risnita (IAIN STS Jambi)
Abdul Malik (IAIN STS Jambi)
Martinis Yamin (IAIN STS Jambi)

DAFTAR ISI

1. Transcultural Education, Islam And Citizenship In Democratizing Indonesia: Minority Comparisons.....	1
2. Teachers Professionalism Development Management.....	4
3. Guru Profesional Dalam Membentuk Karakter Peserta Didik.....	18
4. Sistem Pembelajaran Berorientasi Teknologi Informasi Dan Komputer di Sekolah Guna Mencetak Generasi Berkualitas.....	36
5. Membangun Kepuasan Layanan Akademik Mahasiswa.....	60
6. Pendidikan Islam Berbasis Masyarakat Multikultur.....	73
7. Integrasi-Interkoneksi Paradigma Hadhari Dalam Pendidikan Multikultural.....	83
8. Kepemimpinan Transformatif Kepala Madrasah Di Provinsi Jambi.....	92
9. Efektifitas Pelatihan SDM	110
10. The effect of Using Cartoon Animation as Instructional Media toward Students' Writing Ability of Descriptive Text (<i>An Evaluative Study on Seventh Grade Student of State Junior High School 3 Jambi City</i>).....	123

DAFTAR ISI

1. Transcultural Education, Islam And Citizenship In Democratizing Indonesia: Minority Comparisons.....	1
2. Teachers Professionalism Development Management.....	4
3. Guru Profesional Dalam Membentuk Karakter Peserta Didik.....	18
4. Sistem Pembelajaran Berorientasi Teknologi Informasi Dan Komputer di Sekolah Guna Mencetak Generasi Berkualitas.....	36
5. Membangun Kepuasan Layanan Akademik Mahasiswa.....	60
6. Pendidikan Islam Berbasis Masyarakat Multikultur.....	73
7. Integrasi-Interkoneksi Paradigma Hadhari Dalam Pendidikan Multikultural.....	83
8. Kepemimpinan Transformatif Kepala Madrasah Di Provinsi Jambi.....	92
9. Efektifitas Pelatihan SDM	110
10. The effect of Using Cartoon Animation as Instructional Media toward Students' Writing Ability of Descriptive Text (<i>An Evaluative Study on Seventh Grade Student of State Junior High School 3 Jambi City</i>).....	123

MEMBANGUN KEPUASAN LAYANAN AKADEMIK MAHASISWA**MOHAMAD MUSPAWI**

Dosen Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi
E-mail: muspawi01@gmail.com

Abstract:

Student academic service satisfaction is very important to be noticed by a college, because it is one indicator of their good and bad performance. Students can be regarded as a major customer for a college. Therefore, as their customers have the right to get a satisfactory service or excellent service, which is a very good service and exceed their expectations as a customer.

As indicators of student academic service satisfaction in this paper are: 1. Timeliness of service. 2. Accuracy of service. 3. Courtesy and friendliness. 4. Responsibility. 5. Completeness. 6. Ease of getting care. 7. Variations service model. 8. Personalized service. 9. Comfort in obtaining services. 10. Attributes supporting other services.

When services shift from the expectation that arises is dissatisfaction, the emergence of dissatisfaction can be caused by several things, among others: 1. Did not match expectations with reality experienced. 2. Services to enjoy during the service unsatisfactory. 3. Behavior personnel no / less fun. 4. Atmosphere and the physical condition of the environment is not supportive. 5. Cost is too high, because the distance is too far, a lot of wasted time, and the price is too high. 6. Promotion / advertisement too high, do not correspond to reality. This paper aims to provide a structured their ideas on how to build academic service satisfaction on a college student.

Keywords: *Satisfaction, student*

Pendahuluan.

Mahasiswa merupakan sub sistem yang sangat penting bagi suatu perguruan tinggi, keberadaan mahasiswa sangat sentral, tanpa mahasiswa maka perguruan tinggi tidak akan berarti apa-apa, dan tanpa mahasiswa perguruan tinggi tidak akan pernah berdiri dan bertahan. Perguruan tinggi termasuk organisasi publik, organisasi publik merupakan tipe organisasi yang berbeda dalam kinerjanya dengan organisasi privat. Organisasi publik lebih berorientasi *service making*, sedangkan organisasi publik lebih berorientasi *profit making*³¹.

Pihak utama yang menjadi target layanan perguruan tinggi adalah mahasiswa, perguruan tinggi memang menawarkan jasa layanan untuk mengantarkan para mahasiswa ke gerbang pintu kesuksesan, karena kesuksesan mahasiswa juga merupakan indikator kesuksesan perguruan tinggi. Mengingat posisi keberadaan mahasiswa yang sangat penting,

³¹Sudiyono, *Manajemen Pendidikan Tinggi*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hal. 85.

maka adalah wajar jika pihak perguruan tinggi dituntut untuk melayani mahasiswa dengan pelayanan yang terbaik, yakni pelayanan yang memberikan kepuasan kepada mahasiswa selaku pihak yang dilayani.

Pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang tidak dapat diraba dan terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pemberi pelayanan dan yang diberi pelayanan³². Pelayanan yang memuaskan adalah pelayanan yang melebihi atau paling tidak sama dengan apa yang diharapkan oleh pihak yang dilayani.

Memberikan pelayanan memang perlu ketelitian, Islam melalui Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada kaum muslimin (dalam hal ini pihak yang melayani/pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada objek dakwah (pihak yang dilayani/customer/pelanggan).

Artinya: *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya (Q.S. Ali Imran: 159)³³.*

Al-Maraghi memberikan penjelasan melalui tafsirnya sebagai berikut:

Artinya: *yakni seandainya kamu berlaku kasar lagi keras dalam memperlakukan mereka niscaya mereka akan berpecah belah darimu, dan mereka akan lari darimu, mereka tidak akan merasa senang kepadamu, dan dakwahmu tidak akan sempurna dalam mengupayakan hidayah dan petunjuk bagi mereka ke jalan yang lain (jalan agama Allah)³⁴.*

Mengacu kepada ayat Al-Qur'an di atas dapatlah diambil suatu pemahaman bahwa dalam melayani mahasiswa para petugas harus mengedepankan aspek kesantunan, kelembutan, bersahabat, dan profesional, sehingga mahasiswa yang dilayani merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Sebaliknya para petugas juga diingatkan agar menghindari sikap yang kasar, keras, tidak disiplin, yang bisa mengundang ketidakpuasan mahasiswa terhadap pelayanan akademik yang mereka terima. Penafsiran Al-Maraghi juga semakin memperkuat pemahaman bahwa pihak pemberi layanan jasa, dalam hal ini perguruan tinggi, harus melayani mahasiswa dengan pelayanan prima, yakni pelayanan sebagaimana yang diharapkan oleh mahasiswa sebagai pihak yang dilayani.

³²Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hal. 135.

³³Anonim, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Semarang: Asy-Syifa', 2006), hal. 87.

³⁴Ahmad Mushtofa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, (Mesir: Musthofa Al-Babi Al-Halbi Wa Auladuh, 1946), hal. 113.

Konsep Kepuasan.

1. Pengertian Kepuasan.

Kepuasan dalam bahasa Inggris dikenal dengan kata *satisfaction*, *satisfaction* berasal dari bahasa latin, yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan.³⁵ Kepuasan menurut Stackpole seperti yang dikutip Buchari Alma diartikan sebagai berikut: *Satisfaction is fulfillment of a need, or the degree to which an expectation is met*, kepuasan yaitu pemenuhan kebutuhan, atau tingkat di mana harapan terpenuhi.³⁶

Kepuasan adalah cara pandang seseorang baik bersifat positif atau negatif tentang sesuatu, sehingga ketika apa yang terjadi atau yang dipandang sesuai dengan kenyataan, maka saat itulah kepuasan akan terasa. Kepuasan adalah perasaan seseorang di saat orang mengharapkan sesuatu dan di waktu yang bersamaan harapan tersebut dapat terpenuhi.³⁷

Kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi di mana pelanggan merasa apa yang diterimanya sama atau melebihi harapannya.³⁸ Dalam hal ini dapat dipahami kepuasan mahasiswa adalah suatu kondisi di mana mahasiswa merasa apa yang diterimanya sama atau melebihi harapannya.

Fandy Tjiptono menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak mudah didefinisikan. Ada berbagai macam pengertian yang diberikan oleh para pakar:

1. Day, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.
2. Wilkie, mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk jasa.
3. Engle, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedang ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.
4. Kotler, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.³⁹

Pelanggan adalah pengguna/*stakeholder*, salah satu pengguna jasa perguruan tinggi adalah mahasiswa. Jadi kepuasan pelanggan dalam konteks ini lebih ditujukan kepada kepuasan mahasiswa dalam menerima layanan akademik dari pihak perguruan tinggi.

³⁵Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), cet. ke-3, hal. 17

³⁶Buchari Alma & Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal. 326.

³⁷Mohsin Ali Raza, Student Hailey College of Commerce University of the Punjab Lahore Pakistan. Muhammad Musarrat Nawaz, Lecturer Hailey College of Commerce University of the Punjab Lahore Pakistan. *Impact of Job Enlargement on employees' Job Satisfaction, Motivation and Organizational Commitment*. Pakistan, International Journal of Business and Social Science, Vol. 2 No. 18, October 2011, hal. 2-3.

³⁸*Ibid.*

³⁹Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi, 2003), hal. 102.

Atep mengatakan "kita sebagai pihak yang melayani tidak akan mengetahui apakah pelanggan yang kita layani puas atau tidak, karena yang dapat merasakan kepuasan dari suatu layanan hanyalah pelanggan yang bersangkutan".⁴⁰

Marzuki Mahmud mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan di mana terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap kinerja, pelayanan serta sarana-sarana yang dimiliki.⁴¹ Evans & Lindsay mengatakan: Kepuasan pelanggan juga merupakan faktor penting untuk digaris bawahi.⁴²

Pelanggan yang dimaksudkan di dalam tulisan ini adalah mahasiswa, jadi kepuasan dalam hal ini dapat dipahami sebagai suatu keadaan di mana terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan mahasiswa terhadap kinerja, pelayanan serta sarana-sarana yang dimiliki oleh perguruan tinggi.

2. Mengukur kepuasan Layanan.

Mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangat perlu walaupun tidak semudah mengukur berat atau tinggi badan pelanggan tersebut.⁴³ Jadi dalam hal ini pihak kampus perlu melakukan pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan akademik yang mereka berikan kepada para mahasiswa. Dengan mengukur kepuasan mahasiswa maka pihak pengelola kampus akan memiliki informasi sebagai bahan evaluasi terhadap kualitas pelayanan akademik yang berikan kepada mahasiswa.

Cara mengukur kepuasan pelanggan menurut kotler sebagaimana yang dikutip Buchari Alma adalah sebagai berikut:

1. *Complaint and Suggestion System* (sistem keluhan dan saran). Banyak perusahaan yang berhubungan dengan langganan membuka kotak saran dan menerima keluhan-keluhan yang dialami oleh langganan. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang telah ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran keluhan serta kritik setelah mereka sampai di tempat tujuan. Saran-saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, *customer hot line*. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.
2. *Customer satisfaction surveys* (Survey kepuasan pelanggan). Tingkat keluhan yang disampaikan oleh konsumen tidak bisa disimpulkan secara umum untuk mengukur kepuasan konsumen pada umumnya. Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan melalui survey, melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi. Atau ada perusahaan mengirimkan angket ke orang-orang tertentu.
3. *Ghost Shopping* (Pembeli bayangan). Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang-orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri. Pembeli-

⁴⁰ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima: Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006), hal. 15

⁴¹ Marzuki Mahmud, *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 81.

⁴² Evans, James R and Lindsay, William M, *The Management and Control of Quality*, (Canada: South-Western Cengage Learning, 2008), p. 154.

⁴³ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Rinca Cipta, 2011), hal. 76.

pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan-pelayan yang melayaninya. Juga ia melaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan mengambil keputusan oleh manajemen.

4. *Lost customer analysis* (Analisis pelanggan yang beralih). Perusahaan-perusahaan yang kehilangan langganan mencoba menghubungi langganan tersebut. Mereka dibujuk untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.⁴⁴

Ketika pendapat kotler di atas dibicarakan dalam konteks dunia akademik maka dapat dipahami bahwa dalam mengukur kepuasan layanan akademik mahasiswa sebagai berikut:

1. Sistem menerima keluhan dan saran dari mahasiswa. Pihak perguruan tinggi memfasilitasi mahasiswa untuk dapat menyampaikan keluhan-keluhan yang mereka alami dan menyampaikan saran-saran yang mereka miliki.
2. Melakukan survey terhadap kepuasan mahasiswa. Mensurvei kepuasan mahasiswa bisa dilakukan melalui angket, wawancara, surat, atau melalui media jejaring sosial.
3. Pihak manajemen kampus mengutus orang khusus yang dirahasiakan untuk memantau pelaksanaan pelayanan akademik di kampus mereka, agar dapat diketahui titik lemah dari pelayanan mereka, atau memantau kampus orang lain untuk mengetahui sisi kelebihan orang lain sebagai bahan perbaikan mereka.
4. Menganalisis mahasiswa yang berhenti atau pindah ke perguruan tinggi lain. dengan melakukan analisis terhadap mahasiswa yang berhenti atau pindah ke perguruan tinggi lain, akan diketahui apa sesungguhnya permasalahan yang dihadapi oleh mahasiswa, apa yang menyebabkan mereka berhenti atau pindah, mungkin saja ada kaitannya dengan kualitas pelayanan akademik di kampus mereka.

Menurut Danang bahwa setiap orang melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang akan dilakukan oleh produk atau jasa bersangkutan ketika digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan⁴⁵. Dalam hal ini dapat dipahami bahwa mahasiswa memilih kuliah di suatu perguruan tinggi memiliki harapan akan mendapatkan pelayanan yang memuaskan untuk mencapai tujuan kuliah mereka.

Peters sebagaimana yang dikutip oleh Fandy mengatakan bahwa ada 10 kunci sukses dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: 1). Frekuensi, 2). Format, 3). Isi (*content*), 4). Desain isi, 5). Melibatkan setiap orang, 6). Mengukur kepuasan setiap pelanggan, 7). Kombinasi berbagai ukuran, 8). Hubungan dengan kompensasi dan *reward* lainnya, 9). Penggunaan ukuran secara simbolik, 10). Bentuk pengukuran lainnya.⁴⁶

⁴⁴Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal 34-35.

⁴⁵Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), hal. 115.

⁴⁶Fandy & Anastasia Diana, *Op.Cit.*, hal. 106-107.

Fandy mengatakan bahwa pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan berbagai macam tujuan, di antaranya:

1. Mengidentifikasi keperluan (*requirement*) pelanggan, yakni aspek-aspek yang dinilai penting oleh pelanggan dan mempengaruhi apakah ia puas atau tidak.
2. Menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja organisasi pada aspek-aspek penting.
3. Membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap organisasi lain.
4. Mengidentifikasi PFI (*Prioritas for improvement*) melalui analisis gap antar skor tingkat kepentingan dan kepuasan.
5. Mengukur indeks kepuasan pelanggan yang bisa menjadi indikator andal dalam memantau kemajuan perkembangan dari waktu ke waktu.⁴⁷

Dalam konsep mutu antara layanan pendidikan dengan pemberian layanan lain hampir sama, bahwa mutu layanan diukur dari kepuasan pelanggan atau peserta didik. Layanan pendidikan atau pembelajaran yang bermutu, adalah yang memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada peserta didik sebagai pelanggan pendidikan.⁴⁸

Menurut P.J. Johnson sebagaimana yang dikutip oleh Purwoko bahwa kepuasan seorang pelanggan dapat terlihat dari tingkat penerimaan pelanggan yang didapatkan. Tanda dari kepuasan tersebut diidentifikasi sebagai berikut: (1) senang atau kecewa atas perlakuan atau pelayanan yang diterima, (2) mengeluh atau berharap atas perlakuan yang semestinya diperoleh, (3) tidak membenarkan atau menyetujui sesuatu yang bertautan dengan kepentingannya, (4) menghendaki pemenuhan kebutuhan dan keinginan atas berbagai pelayanan yang diterima. Keempat tanda tersebut di atas akan berbeda-beda sesuai dengan bentuk pelayanan jasa yang diterima.⁴⁹

3. Ketidak-puasan Layanan.

Ketika pelayanan dinilai tidak memadai maka yang muncul adalah ketidakpuasan pelanggan, keluhan pelanggan yang tidak puas dibedakan dalam tiga model, yaitu:

1. *Voice complaint*. adalah keluhan yang disampaikan langsung oleh pembeli yang tidak puas atas barang dan atau jasa yang telah dibeli tersebut kepada penjual.
2. *Private complaint*. Merupakan keluhan yang disampaikan oleh pembeli yang tidak puas atas barang dan atau jasa yang telah dibeli tersebut kepada dan atau melalui teman /kerabat.
3. *Third party complaint*. Merupakan tingkat yang paling buruk, yakni keluhan yang disampaikan oleh pembeli yang tidak puas atas barang dan atau jasa yang telah dibeli tersebut kepada penjual melalui lembaga atau organisasi independen.⁵⁰

⁴⁷Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2012), hal. 320.

⁴⁸Marzuki, *Op.Cit.*, hal. 11.

⁴⁹Bambang Purwoko, *Asocial Security Highlight in Indonesia: An Economic Perspective*. (Jakarta: Komunika Jaya Pratama, 2000), hal. 31.

⁵⁰Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 218.

Dalam konteks dunia akademik pendapat Mulyadi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: Bahwa keluhan mahasiswa yang tidak puas dengan layanan akademik dibedakan dalam tiga model, yaitu:

1. Keluhan yang disampaikan langsung oleh mahasiswa yang tidak puas atas layanan akademik yang diterima mereka kepada pihak kampus.
2. Merupakan keluhan yang disampaikan oleh mahasiswa yang tidak puas atas layanan akademik yang diterima mereka kepada dan atau melalui teman /kerabat.
3. Keluhan yang disampaikan oleh mahasiswa yang tidak puas atas layanan akademik yang diterima mereka kepada pihak kampus melalui lembaga atau organisasi independen.

Buchari Alma mengatakan bahwa munculnya rasa tidak puas dapat disebabkan oleh beberapa hal, antara lain sebagai berikut:

1. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan yang dialami.
2. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
3. Perilaku personil tidak/kurang menyenangkan.
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang.
5. *Cost* terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang, dan harga terlalu tinggi.
6. Promosi/ iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.⁵¹

Konsep Kualitas Layanan Akademik.

Layanan dalam bahasa Inggris disebut *service*. Secara sederhana, istilah *service* mungkin bisa diartikan sebagai "melakukan sesuatu bagi orang lain". Akan tetapi, tidaklah mudah mencari padanan kata alam bahasa Indonesia yang pas untuk istilah tersebut. Setidaknya ada tiga kata yang bisa mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan, dan servis. Sebagai jasa, *service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan, konstruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya. Sebagai layanan, istilah *service* mengisyaratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok). Salah satu contohnya adalah layanan pelanggan (*customer service*).⁵²

Mengingat perguruan tinggi bersifat layanan jasa, dan pelanggan rutinitas yang merasakan layanan itu adalah mahasiswa, maka Sugiyanti sebagaimana yang dikutip oleh Marzuki mengingatkan bahwa terdapat beberapa atribut yang harus mendapat perhatian dalam perbaikan kualitas jasa, yaitu:

1. Ketepatan waktu pelayanan.
2. Akurasi pelayanan.
3. Kesopanan dan keramahan.

⁵¹Buchari Alma, *Pemasaran... Op.Cit.*, hal. 35-36.

⁵²Fandy Tjiptono, *Service ... Op.Cit.*, hal. 3.

4. Tanggung jawab, berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan dari pelanggan eksternal.
5. Kelengkapan, menyangkut lingkup pelayanan komplementer lainnya.
6. Kemudahan mendapatkan pelayanan. Seperti banyaknya outlet, petugas yang melayani, serta fasilitas pendukung seperti komputer dan lain-lain.
7. Variasi model pelayanan. Seperti pola-pola baru serta *features* dari pelayanan dan lain-lain.
8. Pelayanan pribadi. Berkaita dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus dan sebagainya.
9. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan.
10. Atribut pendukung pelayanan lainnya. Seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, dan lain-lain.⁵³

Menurut Supranto, bahwa ada lima dimensi mutu pelayanan, yaitu: 1). Dapat diraba (*tangibles*), 2). Andal (*reliability*), 3). Ketanggapan (*responsiveness*), 4). Jaminan (*assurance*), 5). Empati (*empathy*)⁵⁴. Juliana juga mengatakan bahwa ada lima hal yang harus diperhatikan mengenai kualitas layanan, yaitu: 1). Biaya, 2). Penampilan fisik, 3). Jaminan, 4). Keandalan, 5). Ketanggapan⁵⁵.

Buchari Alma mengatakan bahwa penyerahan jasa perguruan tinggi dapat dilihat dari dua aspek utama, yaitu dimensi kualitas jasa administrasi serta dimensi kualitas jasa perkuliahan. Proses jasa administrasi yang ditawarkan oleh suatu perguruan tinggi harus sesuai dengan apa yang dijanjikan yakni akurat, cepat, tanggap serta peduli terhadap kebutuhan mahasiswa. Misalnya pada saat registrasi, untuk mengantisipasi adanya antrian maka dilakukan penambahan petugas yang melayani mahasiswa, dan menyediakan beberapa kursi bagi mereka.⁵⁶

Layanan yang diharapkan pelanggan, adalah layanan yang memberikan mereka kepuasan, dalam hal ini dapat disebut dengan layanan prima, layanan prima adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan.⁵⁷

Lebih lanjut Nina Rahmayanti menjelaskan bahwa prinsip pelayanan publik itu ada 10, yaitu:

1. Kesederhanaan.
Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan.
2. Kejelasan.
Meliputi teknis dan administratif, unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan, rincian biaya.
3. Kepastian waktu.
Pelaksanaan pelayanan dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

⁵³Marzuki Mahmud, *Op.Cit.*, hal. 82-83.

⁵⁴J. Supranto, *Op.Cit.*, hal. 13.

⁵⁵Erna Juliana, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Sinergi Visi Utama, 2008), hal. 57-58.

⁵⁶Buchari Alma & Ratih Hurriyati, *Op.Cit.*, hal. 326.

⁵⁷Nina Rahmayanti, *Op.Cit.*, hal. 17.

4. Akurasi.
Produk pelayanan diterima dengan benar, tepat, dan sah.
5. Keamanan.
Proses dan produk layanan memberikan rasa aman dan kepastian hukum
6. Tanggung jawab.
Pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.
7. Kelengkapan sarana dan prasarana.
Tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai, termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika.
8. Kemudahan akses.
Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.
9. Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan.
Pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta memberi pelayanan dengan ikhlas.
10. Kenyamanan.
Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.⁵⁸

Atep mengembangkan budaya pelayanan prima berdasarkan 6A, yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*).
Kemampuan (*ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengemabangkan motivasi, dan menggunakan *public relations* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan keluar organisasi.
2. Sikap (*Attitude*).
Sikap (*attitude*) adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan.
3. Penampilan (*Appearance*).
Penampilan (*appearance*) adalah penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik maupun non fisik, yang merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.
4. Perhatian (*Attention*).
Perhatian (*attention*) adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.
5. Tindakan (*Action*).

⁵⁸*Ibid.*, hal. 18-19.

Tindakan (*action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

6. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Tanggung Jawab (*accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.⁵⁹

Berdasarkan pendapat Atep dapat dipahami bahwa dalam layanan akademik perlu diperhatikan: 1). Kemampuan petugas dalam memberikan layanan akademik, 2). Sikap yang santun para petugas dalam melayani mahasiswa 3). Penampilan yang meyakinkan dari para petugas kampus, 4). Perhatian total petugas kampus terhadap kondisi dan kebutuhan layanan akademik mahasiswa, 5). Tindakan nyata para petugas dalam memberikan layanan akademik mahasiswa, 6). Tanggung Jawab yang tinggi dari para petugas akan layanan akademik yang diberikan kepada mahasiswa.

Untuk mengoptimalkan organisasi dalam rangka kepuasan pelanggan dapat pula diupayakan dengan manajemen mutu terpadu, yaitu suatu sistem nilai yang mendasar dan komprehensif dalam mengelola organisasi dengan tujuan meningkatkan kinerja secara berkelanjutan dalam jangka panjang dengan memberikan perhatian secara khusus pada tercapainya kepuasan pelanggan dengan tetap memperhatikan secara memadai terhadap terpenuhinya kebutuhan seluruh *stakeholder* organisasi yang bersangkutan.⁶⁰ Dan prinsip umum manajemen mutu terpadu meliputi:

1. Organisasi yang memfokuskan pada ketercapaian kepuasan pelanggan.
2. Kepemimpinan (*Leadership*).
3. Keterlibatan seluruh partisipan organisasi.
4. Pendekatan yang menekankan pada perbaikan proses.
5. Penerapan manajemen dengan pendekatan sistem.
6. Langkah perbaikan yang dilakukan secara terus menerus.
7. Penerapan pengambilan keputusan yang didasarkan fakta.
8. Hubungan dengan supplier yang saling menguntungkan.⁶¹

Harapan pelanggan, dalam hal ini pelanggan eksternal, antara lain sebagai berikut:

1. Kemudahan dalam memperoleh barang atau jasa.
2. Persyaratan kualitas barang atau jasa.
3. Harga yang kompetitif.
4. Cara pelayanan yang tepat, cepat, dan ramah.
5. Layanan purna jual sebagai jaminan dan tanggung jawab.⁶²

Menurut Susan M. Gage, bahwa secara umum, para pelanggan menginginkan hal-hal sederhana sebagaimana berikut ini:

⁵⁹ Atep, *Op. Cit.*, hal. 31-32.

⁶⁰ Sudyono, *Manajemen Pendidikan Tinggi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hal. 102.

⁶¹ *Ibid.*, hal. 103-104.

⁶² Atep, *Op. Cit.*, hal. 42.

1. Produk atau jasa yang berkualitas. Mereka merasa mendapat balasan atas uang yang telah dikeluarkan.
2. Aksesibilitas. Mereka tidak perlu bersusah payah untuk memperoleh produk/jasa yang disediakan.
3. Pelayanan pelanggan yang baik. Mereka diperlakukan secara hormat, dan setiap proses berjalan secara lancar dan efisien⁶³.

Buchari mengatakan bahwa kepuasan mahasiswa dapat dipenuhi dengan mempertimbangkan faktor karakteristik perguruan tinggi (nama perguruan tinggi yang dikenal baik oleh masyarakat, staf pengajar yang kompeten, dan hubungan dengan dunia usaha yang produktif), motivasi mahasiswa dalam mengikuti perkuliahan dan mengembangkan diri, atribut-atribut pendukung (promosi jasa perguruan tinggi yang efektif, lulusan yang dihasilkan produktif di masyarakat, dan prestasi-prestasi lain yang dicapai), persepsi mahasiswa yang positif terhadap pelayanan yang diterimanya, penyebaran informasi, serta kesesuaian antara manfaat dan biaya yang dirasakan mahasiswa.⁶⁴

Mutu pelayanan pendidikan tinggi yang baik menurut Pinando sebagaimana yang dikutip oleh Sudyono adalah:

1. Sesuai dengan kebutuhan pelanggan syukur kalau lebih.
2. Dapat menyajikan layanan jasa pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggannya baik peserta didik, dunia usaha maupun masyarakat.⁶⁵

Menurut Parasuraman bahwa konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan "RATER" yang merupakan singkatan dari: 1). *Responsiveness* (daya tanggap), 2). *Assurance* (jaminan), 3). *Tangible* (Bukti Fisik), 4). *Empathy* (empati), 5). *Reliability* (kehandalan)⁶⁶.

Indikator Kepuasan Layanan Akademik Mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, maka dapat diinventarisir indikator kepuasan layanan akademik mahasiswa sebagai berikut:

- 1) Ketepatan waktu layanan.
- 2) Akurasi layanan.
- 3) Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan.
- 4) Tanggung jawab.
- 5) Kelengkapan.
- 6) Kemudahan mendapatkan layanan.
- 7) Variasi model layanan.

⁶³Susan M. Gage, *Strategi Pelayanan Prima*, (Jakarta: Tugu Publisher, 2013), hal. 17.

⁶⁴Buchari, *Manajemen Corporate...Op.Cit.*, hal. 326.

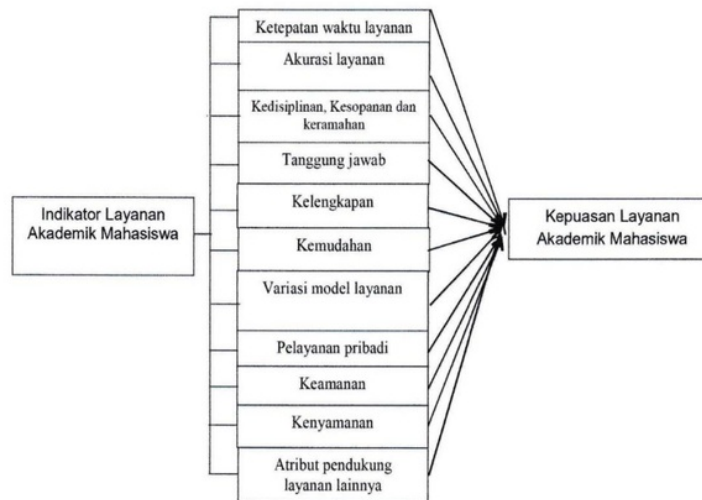
⁶⁵Sudyono, *Op.Cit.*, hal. 107

⁶⁶A. Valerie Parasuraman, *Delivering Quality Service (diterjemahkan oleh Sutanto)*, (New York: The Free Press, 2005), hal. 58

- 8) Pelayanan pribadi.
- 9) Keamanan.
- 10) Kenyamanan dalam memperoleh layanan.
- 11) Atribut pendukung layanan lainnya.

Untuk lebih jelasnya mengenai kepuasan layanan akademik mahasiswa dapat diperhatikan melalui kerangka konseptual berikut:

Bagan 1: Kerangka konseptual kepuasan layanan akademik mahasiswa.



Penutup

Memberikan pelayanan yang terbaik adalah kewajiban perguruan tinggi terhadap mahasiswa, sebaliknya mendapatkan kepuasan layanan adalah hak yang mesti didapatkan mahasiswa.

Mahasiswa selaku pelanggan/pengguna/*Stakeholder* utama suatu perguruan tinggi akan merasakan kepuasan layanan akademik jika pihak perguruan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan, yakni pelayanan yang memperhatikan hal-hal sebagai berikut: 1). Ketepatan waktu pelayanan. 2). Akurasi pelayanan. 3). Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan. 4). Tanggung jawab. 5). Kelengkapan. 6). Kemudahan mendapatkan pelayanan. 7). Variasi model pelayanan. 8). Pelayanan pribadi. 9). Keamanan. 10). Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan. 11). Atribut pendukung pelayanan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Semarang: Asy-Syifa', 2006.
- Abdul Hadis & Nurhayati, *Manajemen Mutu Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Ahmad Mushtofa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, Mesir: Musthofa Al-Babi Al-Halbi Wa Auladuh, 1946.
- Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima: Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006.
- Bambang Purwoko, *Asocial Security Highlight in Indonesia: An Economic Perspective*. (Jakarta: Komunika Jaya Pratama, 2000).
- Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Buchari Alma & Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Buchari Alma, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*, Yogyakarta: CAPS, 2013.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Erna Juliana, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Sinergi Visi Utama, 2008.
- Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi, 2012.
- Hanief Saha Ghafur, *Manajemen Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi di Indonesia: Suatu Analisis Kebijakan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Marzuki Mahmud, *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Mohsin Ali Raza, Student Hailey College of Commerce University of the Punjab Lahore Pakistan. Muhammad Musarrat Nawaz, Lecturer Hailey College of Commerce University of the Punjab Lahore Pakistan. *Impact of Job Enlargement on employees' Job Satisfaction, Motivation and Organizational Commitment*. Pakistan, International Journal of Business and Social Science, Vol. 2 No. 18, October 2011.
- Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Parasuraman, A. Valerie, *Delivering Quality Service (diterjemahkan oleh Sutanto)*, New York: The Free Press, 2005.
- R. Eko Indrajit & R., Djokoprano, *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*, Yogyakarta: Andi, 2006.
- Susan M. Gage, *Strategi Pelayanan Prima*, Jakarta: Tugu Publisher, 2013.
- Syahrizal Abbas, *Manajemen Perguruan Tinggi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Cet.ke-4. Bandung: Alfabeta, 2008.

Membangun Kepuasan Layanan Akademik Mahasiswa

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches Off