

**GAP PERSEPSI MANAJEMEN DAN MAHASISWA TERHADAP
KUALITAS JASA DI UNIVERSITAS SUNAN GIRI SURABAYA**

Oleh
Eli Retnowati
Universitas Sunan Giri Surabaya

ABSTRACT

This study aims to determine the perception of students and the university managers about the service quality of the university in the dimensions of tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4) dan empathy (X5) in University of Sunan Giri Surabaya. Respondents are of 260 students and 40 managers of UNSURI Surabaya. The result of gap analysis of the student respondents is -1,18 and of the managers is -0,35. The negative value means that there is a gap between accepted services quality and the expected service quality. Customer Satisfaction Index (CSI) of student perception is 3.02 by the conversion score is 60,04 that is at the middle category. Customer Satisfaction Index (CSI) of managers perception is 3.63 by the conversion score is 72,60 that is at the high category. Result of Importance-Performance Analysis student perception is tangibles dimensions (X1), Reliability (X2) and Responsiveness (X3) is at quadrant C, assurance dimensions (X4) is at quadrant B, and empathy dimensions (X5) is at quadrant A. Result of Importance-Performance Analysis (IPA) managers perception is tangibles dimensions (X1) and assurance (X4) is at quadrant D, reliability dimensions (X2) is at quadrant B, responsiveness dimensions (X3) and empathy (X5) is at quadrant C.

Keywords: tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy

PENDAHULUAN

Jasa dalam pendidikan tinggi merupakan salah satu jasa yang berkembang pesat (Hampton, 1993). Satuan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi dinamakan Perguruan Tinggi (PT). Salah satu keunggulan bahwa sampai saat ini PTN masih dipandang sebagai PT yang mempunyai kualitas relatif lebih tinggi dibanding PTS oleh calon mahasiswa, karena calon mahasiswa yang memilih PTS umumnya adalah mereka yang tidak lulus seleksi di PTN. Oleh karenanya kualitas memegang peranan penting bagi suatu PT agar dapat bersaing dengan PTN maupun PTS yang ada. Terlebih lagi dalam era Asean Economic Community 2015 baik PTN maupun PTS harus siap bersaing tidak hanya antar PT di Indonesia, tetapi dengan PT yang ada di Negara-negara tetangga ASEAN.

Tilaar (2011) mengatakan bahwa faktor yang mendasari seseorang menentukan pilihan jenis jasa Pendidikan Tinggi, antara lain (1) Citra suatu lembaga. (2) Program Studi yang ditawarkan, (3) biaya, (4) keadaan dan lokasi kampus (5) Kinerja personal yang terlibat dalam pengelolaan jasa, serta faktor lain di luar lembaga pendidikan, seperti sosial budaya, ekonomi dan lapangan kerja serta ketergantungan kelompok-kelompok referensi. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka penilaian persepsi mahasiswa merupakan salah satu variabel yang dapat mengukur

keberhasilan suatu perguruan tinggi tentang kualitas jasa pendidikan yang dilaksanakan oleh Perguruan Tinggi. Oleh karena itu adanya masukan tentang kualitas jasa pendidikan tinggi yang diberikan berdasarkan persepsi mahasiswa akan sangat bermanfaat bagi pengelola pendidikan tinggi.

Pada dasarnya penilaian pelanggan atas kualitas jasa ditentukan oleh keinginan pelanggan terhadap kualitas jasa dan persepsi pelanggan atas kualitas jasa (Kotabe dan Czinkota, 1992). Pada saat menerima jasa, akan ada perbandingan dengan menilai jasa yang telah diterima dan dengan harapan yang diinginkan. Jadi baik buruknya kualitas jasa pendidikan tinggi berdasarkan penilaian pelanggan atau mahasiswa (Zeithmal et al., 1998).

Kotler dan Keller (2009) jasa adalah bentuk tawaran suatu tindakan antar pihak yang pada dasarnya intangible yang tidak akan menyebabkan kehilangan atau berpindah atas kepemilikan. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk berwujud. Selanjutnya. Jadi dapat dikatakan bahwa produk jasa adalah kinerja tidak berwujud dan tidak dapat disimpan, lebih mengarah kepada merasakan bukan memiliki sesuatu dan pelanggan turut berpartisipasi dalam proses penyampaian jasa. Indikatornya yaitu: (1) Intangibility; (2) Inseparability, (3) Variability; (4) Perishability.

Zeithaml et al (1993) merumuskan kualitas jasa sebagai perbandingan antara jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. Expecter Service menunjukkan harapan pelanggan terhadap jasa yang merupakan kebutuhan personal, komunikasi dari mulut kemulut dan pengalaman. Perceived service adalah jasa yang dirasakan berdasarkan persepsi pelanggan. Penelitian yang dilakukan pada berbagai jenis jasa oleh Parasuraman et al., (1988), mengemukakan bahwa dimensi kualitas jasa ada lima yaitu: (1) Bukti langsung (tangibles); (2) Keandalan (reliability); (3) Daya tanggap (responsiveness); (4) Jaminan (assurance), (5) Empati (empathy).

Notodiharjo (1990) menyatakan bahwa kualitas pendidikan tinggi bersifat sangat dinamik dan berubah-ubah sesuai dengan perubahan interpretasi nilai dan kebutuhan. Indikator yang telah dikemukakan oleh Notodiharjo yaitu: (1) Kinerja; (2) Persepsi mahasiswa; (3) Kompetensi dan apresiasi lulusan; (5) Evaluasi mahasiswa.

Salah satu cara yang sering digunakan adalah SERVQUAL yang telah dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) dalam rangkaian penelitiannya merumuskan suatu model SERVQUAL. Penelitian tersebut menganalisis lima kesenjangan yang berpengaruh terhadap kualitas jasa (Kotler, 2000) dalam Tjiptono (2011).

Pada penelitian ini kualitas jasa dapat diukur menggunakan model SERVQUAL, dengan membandingkan antara harapan dengan yang telah diterima. Model ini telah dikembangkan oleh Parasuraman, et al dengan berbagai rangkaian penelitiannya terhadap sektor Jasa (Tjiptono, 2011). Universitas Sunan Giri (UNSURI) merupakan salah satu industri jasa pendidikan tinggi di Jawa Timur yang berada di Kopertis Wilayah VII juga mengadakan perbaikan secara terus menerus atau berkesinambungan dalam hal kualitas jasa pendidikan tinggi. Hal ini

tidak bisa dipungkiri karena keinginan dan kebutuhan mahasiswa yang semakin variatif dan berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan dan persaingan diantara pelaku bisnis Perguruan Tinggi yang semakin tajam, sehingga mau tidak mau memaksa UNSURI untuk selalu meningkatkan kemampuannya dalam menyediakan layanan atau kualitas jasa pendidikan.

Untuk menyediakan kualitas jasa pendidikan yang memadai, UNSURI seharusnya mengetahui keinginan dan kebutuhan mahasiswanya. UNSURI dapat melakukan dengan cara melakukan survei kepada mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan tinggi yang diharapkan dan kemampuan UNSURI dalam memenuhi harapan mahasiswa. Selain itu perlu juga untuk mengetahui tentang persepsi pengelola tentang kualitas jasa pendidikan tinggi. Apakah sudah mempunyai banyak persamaan, sehingga pengelolaannya tidak terjadi kesenjangan yang terlalu jauh.

Jadi luaran penelitian ini dapat diketahui persepsi pengelola dan mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan tinggi dengan indikator *reliability*, *tangible*, *assurance*, *responsiveness* dan *empathy* di UNSURI. Serta dapat menjadi masukan bagi pengelola Universitas dan memberikan kontribusi kebijakan yang diambil dalam mengembangkan kualitas jasa Pendidikan Tinggi di UNSURI. Selain itu luaran penelitian ini adalah dapat dihasilkannya publikasi ilmiah dalam jurnal yang mempunyai ISSN. Hal inilah yang menjadi arti penting diajukannya usulan penelitian ini. Maka usulan penelitian ini sangat perlu untuk dilaksanakan.

METODE PENELITIAN

Variabel pada penelitian ini adalah persepsi dosen dan mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan dengan indikator: *Tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empaty*.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengelola di UNSURI, seluruh civitas mulai dari rektorat hingga fakultas dan seluruh mahasiswa UNSURI semester IV keatas yang dianggap sudah merasakan pelayanan di UNSURI. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan *purposive sampling* sebanyak 300 responden yang berasal dari civitas akademika sebanyak 40 dan mahasiswa sebanyak 260.

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengukur variabel dan penilainnya menggunakan Skala Likert yang dijadikan 5 (lima) alternatif jawaban yaitu:

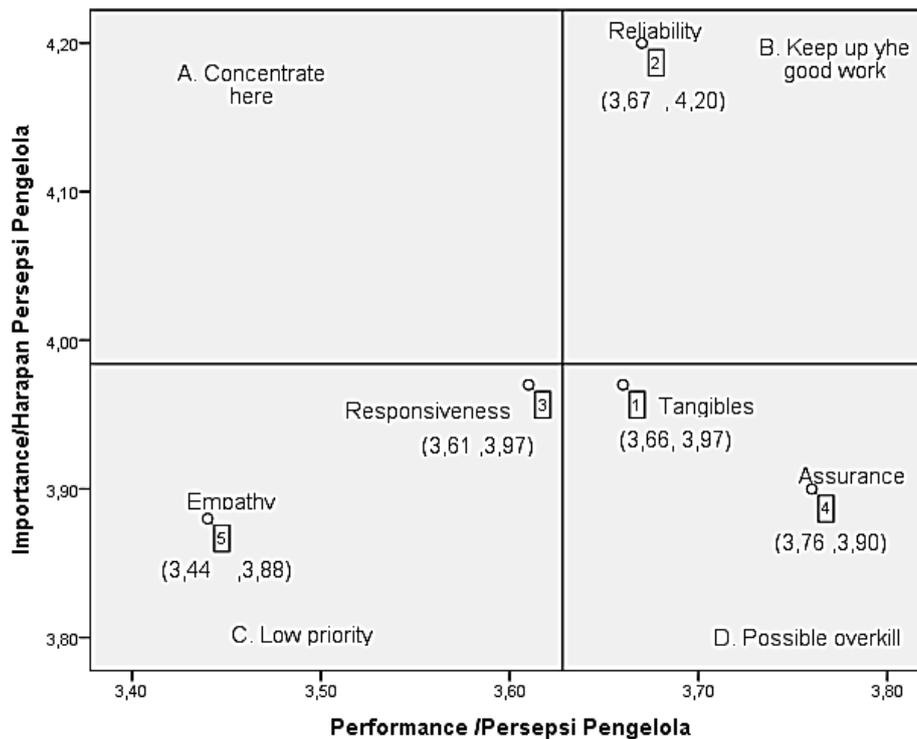
1. Sangat tinggi Nilai skor 5
2. Tinggi Nilai skor 4
3. Netral Nilai skor 3
4. Rendah Nilai skor 2
5. Sangat rendah Nilai skor 1

Analisis data menggunakan uji validitas untuk menguji tingkat validitas data dan uji reliabilitas. Selanjutnya kualitas jasa diukur berdasarkan pendekatan model SERVQUAL. Model SERVQUAL (*service Quality*) adalah model yang digunakan untuk membandingkan antara kualitas jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan. Pernyataan

dalam kuisioner disusun berdasarkan kerangka SERVQUAL dari Pasuraman (1998) dalam Tjptono (2011) yang telah disesuaikan dengan karakteristik pendidikan tinggi. Dimensi tersebut terdiri dari 31 item (tangible 6 item, reability 8 item, responsiveness 6 item dan empathy 5 item) dengan menggunakan skala likert. Mathilda dan James dalam Philip Kotler (2000) memperkenalkan metode Importance-Performance Analysis (IPA) yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja kepuasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dimensi empathy (X5) berada pada kuadran A, dimana mahasiswa menilai bahwa kualitas jasa dimensi empathy (X5) pelaksanaannya dirasakan oleh mahasiswa kurang memuaskan atau terbilang rendah dan harapan mahasiswa terhadap kualitas jasa empathy (X5) ini tinggi atau penting pengaruhnya bagi mahasiswa. Dimensi ini terdiri dari kemudahan untuk menemui dosen dan karyawan, pemahaman dosen terhadap kebutuhan mahasiswa, pengertian dan pemahaman karyawan terhadap keinginan dan kebutuhan mahasiswa, perhatian personal dosen terhadap mahasiswa, serta peran dosen dalam masalah pribadi dan bimbingan karier mahasiswa. Hal tersebut merupakan faktor yang dirasakan rendah kualitasnya oleh mahasiswa, dan tidak sesuai dengan harapan mahasiswa. Dimensi ini perlu untuk ditingkatkan karena dimensi ini sangat penting bagi mahasiswa dan kurang dilaksanakan dengan baik oleh karyawan dan dosen.



Gambar 1.
Indeks Performance Analisis Persepsi

Gambar 1 Importance-Performance Analisis persepsi pengelolaan tentang Kualitas Jasa Pendidikan Tinggi Unsuri Surabaya. Dimensi tangibles (X1) dan assurance (X4) mahasiswa menilai bahwa kualitas jasa dimensi tangibles (X1) dan assurance (X4) pelaksanaannya dirasakan oleh mahasiswa memuaskan atau terbilang tinggi. Sedangkan harapan mahasiswa terhadap kualitas jasa tangibles (X1) dan assurance (X4) ini dianggap tidak terlalu tinggi atau tidak terlalu penting pengaruhnya bagi mahasiswa. Namun demikian pengelola memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik bagi mahasiswa.

Dimensi tangibles (X1) terdiri dari kemoderenan perlengkapan, kerapian pakaian karyawan dan dosen, kebersihan, keindahan dan kerapian lingkungan, kelengkapan fasilitas pendidikan, kelengkapan peralatan dalam proses belajar mengajar, dan kelengkapan fasilitas kemahasiswaan. Pengelola menilai pada dimensi tangibles (X1) mahasiswa sudah menerima kualitas layanan yang baik, sehingga dianggap sudah sesuai dengan harapan mahasiswa.

Dimensi assurance (X4) terdiri dari kemampuan dan pengetahuan dosen, kemampuan dan pengetahuan karyawan, perilaku dosen didepan kelas, perilaku karyawan dalam melayani mahasiswa, pengalaman mengajar dosen, dan kualifikasi akademik dosen. Pengelola menilai pada dimensi assurance (X4) mahasiswa sudah mendapatkan kualitas layanan yang baik, sehingga dianggap sudah sesuai dengan harapan mahasiswa.

Dimensi reliability (X2) pengelola memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh mahasiswa. Selain itu dimensi reliability (X2) dianggap penting oleh pengelola dan memberikan pengaruh pada kualitas pelayanan pendidikan tinggi di UNSURI.

Kualitas jasa dimensi reliability (X2) yang terdiri dari keakuratan penawaran mata kuliah yang sesuai dengan kebutuhan, keakuratan dan kearifan dosen, peran karyawan dalam pelayanan yang maksimal, ketepatan waktu dalam membimbing Kartu Rencana Studi (KRS) dan ketepatan waktu turunnya dana bantuan penelitian, kegiatan mahasiswa maupun aktivitas lain. Hal tersebut merupakan faktor yang dirasakan oleh mahasiswa dan pengelola telah memberikan pelayanan yang baik. Oleh karena itu pengelola UNSURI perlu mempertahankan kualitas layanan yang diberikan kepada mahasiswa.

Dimensi responsiveness (X3) dan empathy (X5) pengelola memberikan kualitas layanan yang rendah pada mahasiswa. Pengelola juga tidak memberikan harapan yang tinggi pada dimensi ini karena dianggap kurang penting.

Kualitas jasa dimensi Responsiveness (X3) yang terdiri dari ketanggapan dosen terhadap permasalahan mahasiswa, ketanggapan karyawan terhadap permasalahan mahasiswa. Dimensi ini merupakan faktor yang dirasakan biasa saja kualitas jasanya oleh pengelola, dan harapan pengelola juga dianggap kurang penting atau tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di UNSURI.

Dimensi empathy (X5) ini terdiri dari kemudahan untuk menemui dosen dan karyawan. Dimensi ini merupakan faktor yang dirasakan rendah kualitas jasanya oleh pengelola, dan harapan pengelola juga dianggap kurang penting atau tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di UNSURI.

PENUTUP

Persepsi mahasiswa dan pengelola tentang kualitas jasa pendidikan tinggi pada dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy di UNSURI Surabaya adalah adanya antara kualitas jasa yang telah diterima dan dirasakan maupun yang diharapkan. Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan tinggi pada dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy di UNSURI Surabaya memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima oleh mahasiswa dengan total adalah dalam kategori sedang. Dari hasil penelitian bahwa persepsi pengelola menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan oleh mahasiswa menurut persepsi pengelola secara total adalah dalam kategori tinggi.

Berdasarkan analisis kesenjangan adalah terjadi kesenjangan antara harapan dan yang dirasakan oleh mahasiswa, oleh karena itu kualitas layanan di UNSURI perlu untuk ditingkatkan melalui dimensi tangibles, reliability dan responsiveness, assurance dan empathy baik dari sisi pengelola, karyawan maupun dosen yang ada di UNSURI. Berdasarkan Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP), IKP mahasiswa dalam kategori sedang dan IKP pengelola dalam kategori tinggi, maka pengelola, karyawan dan dosen perlu untuk meningkatkan kemampuan dalam memberikan layanan kepada mahasiswa melalui pendidikan dan latihan baik untuk pengelola, karyawan maupun dosen dalam rangka meningkatkan Indeks Kepuasan Pelanggan. Persepsi mahasiswa pada dimensi tangibles (X1), reliability (X2) dan responsiveness (X3) berada pada kuadran C, maka kualitas layanan di UNSURI perlu untuk ditingkatkan antara lain kemodernan perlengkapan dan sarana, kelengkapan fasilitas pendidikan dengan teknologi informasi, ketanggapan tenaga non edukatif /karyawan UNSURI terhadap permasalahan mahasiswa. Persepsi mahasiswa pada dimensi assurance (X4) berada pada kuadran B, yang berarti bahwa pada dimensi ini perlu untuk dipertahankan, bahkan ditingkatkan. Persepsi mahasiswa pada dimensi empathy (X5) berada pada kuadran A, yang berarti bahwa pada dimensi ini perlu untuk ditingkatkan pelayanannya terutama tenaga non edukatif/karyawan UNSURI terhadap kebutuhan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

Algifari. (2016) Mengukur Kualitas Layanan, dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano, Edisi Revisi, Cetakan Pertama, Januari, 2016.

- Arum, Setya. (2009). Pendidikan Dasar dan Perkembangannya, Spektrum Nusa Press, Jakarta.
- Darmawan, D. & Hendratno D.S. (2004). Faktor- Faktor yang Penentu Kualitas Layanan dan Produk Bank Menurut Persepsi Nasabah, Jurnal Media Komunikasi Ekonomi dan Manajemen, Vol.2 No.2 Januari, 51-62.
- Darmawan, D. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan terhadap Perluasan Pembelian, Metromedia, Surabaya
- Djati, S. Pantja & D. Darmawan. (2004). Pengaruh Kesan Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan mahasiswa PTS terhadap Minat Merefereksi Kampusnya, Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi, Vol.4 No.2 Agustus, 190-204.
- Gunawan, Aditya. (2010). Motivasi dan Hasil Belajar. Spektrum Nusa Press, Jakarta.
- Gunawan, Aditya. 2015. Perilaku Organisasi. Spektrum Nusa Press, Jakarta.
- Hampton, G. M. (1993). Gap analysis of college student satisfaction as a measure of pro-fessional service quality. Journal of Professional Services Marketing, 9(1), 115–128.
- Khasanah, H., S. Arum, & D. Darmawan. (2010). Pengantar Manajemen Bisnis, Spektrum Nusa Press, Jakarta.
- Kotabe, M., & Czinkota, M. R. (1992). State government promotion of manufacturing exports: A gap analysis. Journal of International Business Studies, 23(4), 637–658.
- Kotler P, dan Keller K. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid I. PT. Gelora Aksara.Pratama.
- Kotler P, dan Keller K. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid II. PT. Gelora Aksara.Pratama.
- Kotler Philip. (2000). Marketing Manajemen: The millennium Edition, Prentice Hall, Inc.
- Mardikaningsih, R. (2014). Metode Pembelajaran dan Variasi Penerapannya, Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia, Vol.1 No.1 September, 43-54
- Mardikaningsih, R. (2017). Perencanaan Bisnis, Metromedia, Surabaya.
- Masitoh, D., D. Darmawan. & E. A. Sinambela. (2017). The Effect of Service Quality and Trust on Customer Loyalty of Warung Apung Rahmawati of Mojokerto Branch, Jurnal Agrimas, Vol.1 No.2 Desember, 107-114.
- Notodiharjo Harjono. (1990). PendidikanTinggi dan Tenaga Kerja di Indonesia, UI Press, Jakarta.
- Nazir, Moh. (2014). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Parasuraman A, Zeithaml, Valarie A., Berry, Leonard L. (1998). Servqual A Multy Item Scale, For Marketing Customer Perseption of Service quality, *journal of Retailing*, 64: 12-40.
- Payne Adrian. (2000). *The Essence of service Marketing*, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit Andi Jogjakarta.
- Panwar, R., Hansen, E., & Kozak, R. (2012). Evaluating social and environmental issues by inte-grating the legitimacy gap with expectational gaps: An empirical assessment of the forestindustry. *Business & Society*, 53(6), 853–875.
- Purnamasari, E., D. Darmawan, & D. Baskara. (2002). Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 3 No1, 34-46
- Robbins. Stephen. & Judge, Timothy A. (2009). *Perilaku Organisasi*. Buku I. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, PT. Gramedia, Pustaka Utama, Jakarta.
- Siregar, Syofyan. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sjamsi, Nurul & D. Darmawan. (2004). Peran Startegis Layanan pada Penyelenggaraan Pelayanan Publik, *Jurnal Administrasi Publik*, Vol.1 No.1 Desember, 83-95.
- Sugiono. (2011). *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung
- Suharsini, Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta
- Sutarjo, M., D. Darmawan & Yuni Indah Sari. (2007). *Evaluasi Pendidikan*, Spektrum Nusa Press, Jakarta.
- Tilaar, HAR. (2011). *Manajemen Pendidikan Nasional*, Cetakan ke 10, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing. Anggota IKAPI Jawa Timur.
- Wahyudi, I, D. Bhaskara, D. Darmawan, Hermawan & N. Damayanti. (2006). Kinerja Organisasi dan Faktor-Faktor Pembentuknya, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 4 Nomor 2, November, 95-108.
- Yanti, Yulianti. (2014). *Kemandirian Belajar dan Hasil Belajar*, Addar Press, Jakarta.
- Yuliana. (2012). *Dinamika Pendidikan di Indonesia*, IntiPresindo Pustaka, Bandung
- Zeithaml, Valarie A., Berry Leonard, & Parasuraman A. (1993). The Nature and Determinant of Customer Expectationof Service, *Journal of The Academy of Marketing Science*, vol.21, Winter, Number 1, p.5