

**ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG
(PROGRAM STUDI MANAJEMEN)**

Suroso, SE., MM.

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Suroso@ubpkarawang.ac.id

Abstract

The purpose of thi research analyze students'perceptions toward service quality Buana Perjuangan Karawang University Program Management. Program Management received most students than the other study programs. The first class of the year 2015/2016 registered about 241 students. However along the time, there are some students who have resigned or moved to another campus. The students reduction is due to dissatisfaction with the services UBP Karawang or other factors. Therefore, the research is needed with analyzing the quality of service management UBP Karawang management program. Quality of service is good that to have suitability between the expectations with student assessment that based on the perception.

The research method used descriptive qualitative method by using data analysis techniques Importance-Performance Analysis (Jonh A. Martila and John C. James, 1977) or importance and performance analysis or customer perception. The technique of collecting data using interviews and questionnaires with random sampling techniques and slovin with 7,5% rate. Population is 225 and sample is 100 responden.

The conclusion of research that the perception of students toward service quality Buana Perjuangan Karawang University (program management) is good enough. Because of there is a suistability between the expections with perception of students.

Key: Perception Students, Service Quality

PENDAHULUAN

Lembaga perguruan tinggi berupaya melakukan beberapa strategi pelayanan dengan memilih strategi kualitas pelayanan yang tepat untuk digunakan sehingga karakteristik pelayanan yang dibutuhkan dan dingginkan oleh mahasiswa dapat tercapai. Dengan demikian pihak penyelenggara pendidikan atau kampus harus mengaktualisasikan diri terhadap harapan mahasiswa sebagai pelanggan menjadi suatu kepuasan atas pelayanan yang diberikan berdasarkan persepsi mahasiswa masing-masing terhadap pelayanan tersebut.

Mahasiswa memberikan persepsi baik terhadap pelayanan kampus maka akan menjadi daya saing tersendiri melebihi daya saing kampus yang lain. Apabila tidak demikian maka perguruan tinggi tersebut akan ditinggal oleh mahasiswanya. Peningkatan pelayanan secara terus menerus sangat penting. Semakin dengan perkembangannya, mahasiswa bukan hanya sebagai pelanggan perguruan tinggi tetapi juga sebagai ujung tombak penentu dalam menilai akan kualitas pelayanan perguruan tinggi tersebut.

Persepsi mahasiswa akan penilaian pelayanan perguruan tinggi menjadi perhatian sebagai langkah awal dalam meningkatkan kualitas pelayanaanya. Kualitas pelayanan yang dirasakan oleh mahasiswa menjadi persepsi mereka atas akan penilaiannya. Sedangkan kualitas pelayanan yang diharapkan tidak selalu sesuai dengan apa yang mereka persepsikan atau dirasakan, terkadang terjadi kesenjangan antara kedua hal tersebut.

Fokus kepada kebutuhan dan keinginan pelanggan atas jasa yang tawarkan sehingga dapat mempertahankan keunggulan pesaing terhadap perguruan tinggi yang lainnya. Hubungan antara persepsi mahasiswa atas kepuasannya terhadap kualitas pelayanan perguruan tinggi dapat dilihat dari berbagai dimensi. Menurut Parasuraman dan kawan-kawan terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu lembaga perguruan tinggi dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik lembaga dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan lembaga perguruan tinggi untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada mahasiswa, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para dosen dan staf Tata Usaha perguruan tinggi untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.
5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada mahasiswa dengan berupaya memahami keinginan mahasiswa.

Prodi manajemen universitas buana perjuangan didirikan pada tahun 2015, dimana program studi manajemen yang paling diminati oleh mahasiswa. Tercatat dalam status mahasiswa UBP Karawang yang terdaftar berjumlah 241 mahasiswa yang terdaftar di awal

tahun pelajaran 2015/2016. Setelah berjalan satu tahun prodi manajemen UBP Karawang menyelenggarakan pendidikan ternyata ada beberapa mahasiswa pasif atau keluar tidak melanjutkan pendidikannya di prodi manajemen UBP Karawang. Dari beberapa alasan mereka yang mengundurkan diri diindikasikan karena ketidakpuasan atas pelayanan, seperti sikap dosen atau pegawai Tata usahanya yang kurang memberikan respon dan berempati terhadap mereka. Selain itu juga mahasiswa merasa bahwa jaminan yang mereka atas kualitas lulusan masih diragukan karena UBP Karawang masih muda tidak seperti perguruan tinggi yang lain.

Pada Awal tahun pelajaran 2016/2017 yang terdaftar masih aktif statusnya menjadi mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang berjumlah 225 mahasiswa. Universitas Buana Perjuangan Karawang masih terlalu muda untuk menyesuaikan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mahasiswa. Walaupun demikian, UBP Karawang akan selalu meningkatkan kualitas pelayanan kepada mahasiswa dengan melengkapi fasilitas kampus seperti menyediakan ruang laboratorium dan pembangunan bangunan baru. Disisi lain juga UBP Karawang sering melakukan pendidikan dan pelatihan kepada pendidik dan tenaga kependidikannya untuk melayani kebutuhan mahsiswanya.

Pentingnya kualitas pelayanan menjadi prioritas utama bagi lembaga perguruan tinggi karena hal tersebut dinilai sejauh mana lembaga pendidikan memberikan kepuasan atas pelangganya. Lembaga perlu memahami setiap dimensi kualitas pelayanan untuk menjadi sebuah indikator yang dianggap penting sesuai dengan harapan mahasiswanya untuk dilaksanakan. Pada akhirnya akhirnya kebijakan pelayanan tersebut tidak menimbulkan kesenjangan. Kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang dianggap penting bagi mahasiswa. Ketika tingkat kesesuaian antara harapan dan persepsi sama besar maka disanalah tercipta tingkat kepuasan yang optimal.

Manajemen perguruan tinggi dalam hal ini prodi manajemen perlu melakukan penelitian atas dimensi-dimensi kualitas pelayanan UBP Karawang. Sehubungan dengan hal tersebut kami melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Universitas Buana Perjuangan Karawang (Prodi Manajemen)”.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemasalah tersebut maka kami mengajukan rumusan masalah yang dapat menjawab permasalahan penelitian ini, yaitu: “Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap kualitas

pelayanan dengan menggunakan dimensi keandalan, daya tangkap, jaminan, empati, dan bukti fisik.”

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini dapat menjawab permasalahan dalam latar belakang penelitian dengan “menganalisis persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan dengan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan.”

LANDASAN TEORI

PERSEPSI MAHASISWA

Menurut Kreitner dan Kinicki (2010:185) persepsi adalah merupakan kognitif yang memungkinkan kita menginterpretasikan dan memahami sekitar kita. Dikatakan pula sebagai proses menginterpretasikan suatu lingkungan. Orang harus mengenal objek untuk berinteraksi sepenuhnya dengan lingkungan mereka.

Persepsi adalah merupakan proses menerima informasi membuat pengertian tentang dunia di sekitar kita. Hal tersebut memerlukan pertimbangan informasi mana perlu diperhatikan, bagaimana mengkatagorikan informasi, dan bagaimana menginterpretasikannya dalam kerangka kerja pengetahuan kita yang telah ada (McShane dan Von Glinow, 2010:68).

Pendapat lain mengemukakan bahwa persepsi adalah suatu proses dengan mana individual mengorganisir dan menginterpretasikan tanggapan kesan mereka dengan maksud memberikan makna pada lingkungan mereka. Tetapi apa yang kita rasakan dapat berbeda secara substansial dari realisasi objek (Robbin dan Judge. 2011: 202).

Menurut wibowo (2013) persepsi adalah merupakan suatu proses yang memungkinkan kita mengorganisasikan informasi dan menginterpretasikan kesan terhadap lingkungan sekitarnya. Menurut Philip Kotler (Manajemen Pemasaran, 1993, hal 219): Persepsi adalah proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Persepsi dapat diartikan sebagai suatu proses kategorisasi dan interpretasi yang bersifat selektif. Adapun faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah katakteristik orang yang dipersepsi dan faktor situasional.

Dengan demikian dapat disintesis bahwa persepsi mahasiswa adalah tanggapan kesan mahasiswa dalam memberikan makna atau interpretasi yang diperoleh dari pengolahan informasi terhadap lingkungan sekitar.

Faktor mempengaruhi persepsi

Dalam kenyataan orang-orang dapat melihat pada sesuatu yang sama, namun merasakan sebagai berbeda-beda. Ada beberapa faktor yang membentuk dan kadang-kadang mendistorsi persepsi. Faktor tersebut adalah *perceiver*, *the object* atau target yang dirasakan dan konteks *the situation* dimana persepsi dibuat. Menurut Robbins dan Judge (2011:203) sebagai berikut: (a) *Perceiver* adalah orang yang memberikan persepsi yang memiliki komponen sikap, motif, minat dan kepentingan, pengalaman dan harapan; (b) Faktor target adalah objek atau orang yang menjadi sasaran persepsi dengan komponen sesuatu yang baru, gerakan, suara, besaran atau ukuran, latar belakang, kedekatan, dan kesamaan; (c) Faktor situasi adalah keadaan pada saat persepsi dilakukan dengan mengandung komponen waktu, pengaturan kerja, dan pengaturan sosial.

Supranto (2011) persepsi pelanggan mengenai mutu suatu jasa dan kepuasan menyeluruh, mereka memiliki beberapa indikator/petunjuk yang bisa dilihat, mereka memiliki beberapa indikator/petunjuk yang dapat dilihat. Pelanggan mungkin mengatakan hal-hal mengenai barang dan jasa. Mereka mungkin mengatakan hal-hal yang bagus tentang barang dan jasa. Senyum suatu bukti bahwa seseorang puas, cemberut sebaliknya mencerminkan kekecewaan.

Proses persepsi

Persepsi terjadi melalui suatu proses dimulai ketika dorongan diterima melalui pengertian kita. Kebanyakan dorongan yang menyerang pengertian kita disaring. Sisanya diorganisir dan diinterpretasikan. Proses yang mentertai pada beberapa informasi yang diterima oleh pikiran kita dan mengabaikan informasi yang diterima oleh pikiran kita dan mengabaikan informasi lainnya dinamakan *selective attention* atau *selection perception* yang dipengaruhi oleh karakteristik orang atau objek yang dipersepsikan, terutama besaran, intensitas, gerakan, pengulangan, dan keaslian (Wibowo, 2013).

Menurut Miftah Toha (2003: 145), proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

- a. Stimulus atau Rangsangan. Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.
- b. Registrasi. Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftar semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.
- c. Interpretasi. Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Sekarang kita juga akan mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Vincent (1997: 35):

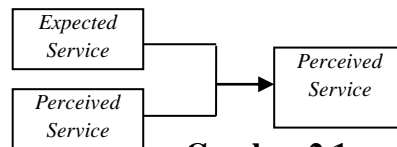
- a. Pengalaman masa lalu (terdahulu) dapat mempengaruhi seseorang karena manusia biasanya akan menarik kesimpulan yang sama dengan apa yang ia lihat, dengar, dan rasakan.
- b. Keinginan dapat mempengaruhi persepsi seseorang dalam hal membuat keputusan. Manusia cenderung menolak tawaran yang tidak sesuai dengan apa yang ia harapkan.
- c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan pengalaman yang telah dialaminya. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi seseorang

KUALITAS PELAYANAN

Supranto (2011) kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun strategi untuk terus tumbuh.

Menurut Wyckof (dalam Fandy Tjiptono, 2004:59), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Fandy Tjiptono 2004:60). Dengan demikian, tingginya tingkat kualitas layanan dapat diukur dengan membandingkan antara *expected service* dengan *perceived service*. Fandy Tjiptono, (2004:61) mengatakan harapan pelanggan

merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk bersangkutan. Setiap konsumen yang berbeda dapat menerapkan tipe ekspektasi yang berbeda untuk situasi yang berbeda.



Gambar 2.1.

Persepsi Konsumen Terhadap Layanan

Sumber : Valerie A. Zeithaml & Mary Jo Bitner (2006)

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperhatikan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Kotler (1994:465) membagi macam-macam jasa sebagai berikut:

- a. Barang berwujud murni. Disini hanya terjadi barang berwujud tidak ada jasa yang menyertai produk tersebut.
- b. Barang berwujud disertai jasa. Disini terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik pelanggan. Seperti produk mobil dan reparasi/bengkel.
- c. Campuran. Terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama seperti makanan dengan pelayannya di restaurant.
- d. Jasa yang diterima barang dan jasa tambahan. Jasa utama dengan jasa tambahan dan/atau barang pelengkap. Seperti jasa pesawat terbang dengan jasa tambahan pelayanan dan barang makanan dan minuman.
- e. Jasa murni. Terdiri dari produk jasa saja seperti psikoterapi.

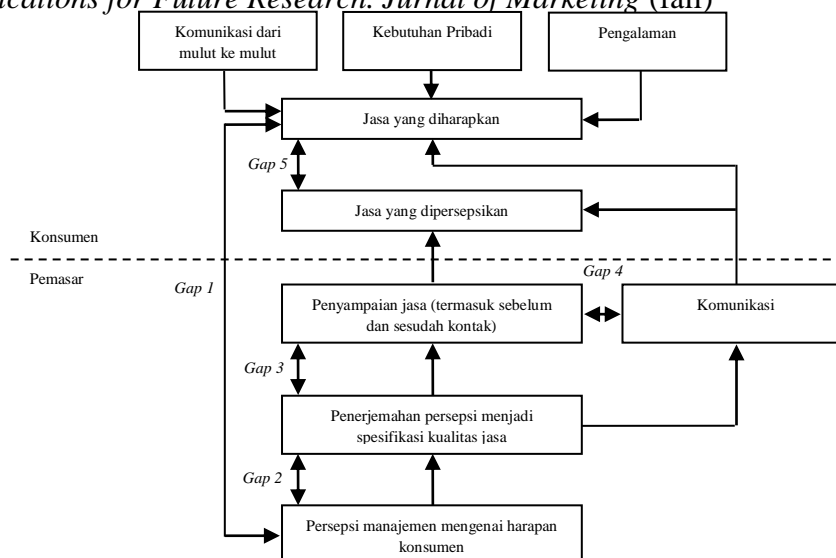
Mengelola kualitas jasa

Suatu cara perusahaan untuk tetap dalam unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicara mulut kemulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1991:240) membentuk model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Adapun model di bawah ini mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

1. Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen; manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa; manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa; para personel mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal; harapan pelanggan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan.
5. Kesenjangan antaran jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan; terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.

Gambar 2.2 menggambarkan mengenai lima kesenjangan tersebut. (Parasuraman, A; Zeithaml, V.A; and Berry, L.L., 1985. *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. Jurnal of Marketing* (fall)



Gambar 2.2 Konsep model kualitas pelayanan

Sumber: Parasuraman dkk (1985)

Parasuraman, Zeithaml dan Berry mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi layanan yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut.

- a. *Reliability* (kehandalan), kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Keandalan tersebut adalah Pengajar/dosen memiliki kemampuan dalam menguasai/ mengorganisasi kelas dalam mengajar dan menguasai materi

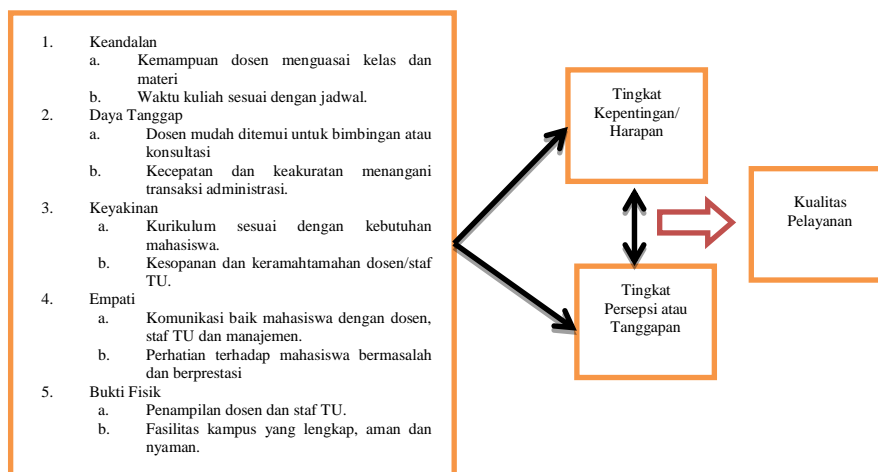
perkuliahan sesuai dengan keahliannya. Semua hal tersebut dapat diandalkan (realibel) sebagai aspek pada kualitas pelayanan akademik. waktu belajar sesuai dengan jadwal yang ditentukan, informasi yang disampaikan kepada mahasiswa efektif.

- b. *Responsiveness* (daya tanggap), kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Daya tanggap tersebut adalah terdapat bimbingan akademik kepada setiap mahasiswa selama mereka menjalani proses pendidikannya, kecepatan dan keakuratan dalam menangani transaksi administrasi yaitu perhitungan absensi, keluhan mahasiswa di respon dengan baik dan cepat, pengajar/dosen mudah ditemui untuk bimbingan maupun konsultasi tugas-tugas selama perkuliahan, biaya pendidikan maupun nilai. Perhatian terhadap hal tersebut mencerminkan kualitas pelayanan akademik.
- c. *Assurance* (jaminan), kemampuan, kesopanan dan pengetahuan pegawai untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan. Jaminan tersebut yaitu: kurikulum sesuai kebutuhan mahasiswa, kemudahan mendapat bimbingan karir bagi mahasiswa, kesopanan dan keramah tamahan pengajar/dosen, ketepatan waktu mahasiswa mendapatkan nilai, serta staf administrasi dalam melayani mahasiswa.
- d. *Empathy* (empati), memberi perhatian personal kepada pelanggan. Empati tersebut meliputi perhatian secara pribadi terhadap mahasiswa, kemudahan berkonsultasi kepada dosen; komunikasi yang baik antara mahasiswa dengan dosen, staf administrasi dan manajemen; dan terdapat penghargaan dan ganjaran bagi mahasiswa. Makin besar empati yang ditunjukkan kepada mahasiswa, kualitas pelayanan akademik dinilai semakin baik. Mahasiswa yang mengalami permasalahan bidang akademik perlu mendapat perhatian khusus sehingga mereka mampu menyelesaikan studinya tepat waktu. Perhatian juga diberikan kepada mahasiswa yang berprestasi dan pemberian ganjaran kepada setiap mahasiswa yang melanggar aturan akademik. Dengan perhatian tersebut tercermin suatu perlakuan yang adil terhadap mahasiswa. Kesemua itu merupakan cermin dari empati pada pelayanan akademik.
- e. *Tangibles* (bukti fisik), penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi-materi tertulis. Fasilitas fisik seperti Penampilan dosen/pengajar dan staf administrasi yang rapi serta tersedianya tempat parkir, ruang kelas, lab praktikum beserta peralatan pembelajaran yang lengkap dan modern sangat penting untuk menciptakan kualitas pelayanan akademik. Fasilitas ekstra kurikuler dan perpustakaan dengan buku atau bahan ajar sesuai kurikulum pembelajaran mahasiswa, juga sebagai aspek penentu kualitas pelayanan dibidang akademik.

KERANGKA BERFIKIR

Kualitas pelayanan menjadi prioritas utama di mana tingkat persepsi dan harapan pelanggan serta pelaksanaan kinerja lembaga perguruan tinggi harus sesuai. Seperti hanya penelitian yang sudah dilakukan oleh Thomas Stefanus Kaihatu (2008) dalam penelitiannya berjudul Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. Dengan hasil penelitian yaitu Tingkat kepuasan konsumen atas suatu pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterimanya atau dirasakannya.

Oleh sebab itu, maka lembaga perguruan tinggi perlu menilai faktor-faktor yang akan mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu daya tangkap, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik (Parasuraman dkk 1985). Kelima unsur tersebut akan menjadi acuan utama dalam kerangka penelitian ini.



Gambar 2.3 Lima Kriteria Kualitas Pelayanan Universitas Buana Perjuangan Karawang (Prodi Manajemen)

DESAIN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan tujuan penelitian untuk menganalisis dari suatu keadaan. Data yang dikumpulkan berdasarkan rumusan masalah. Metode deskriptif kualitatif dipergunakan untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat dan tujuannya adalah untuk mencari gambaran yang sistematis, fakta yang akurat. (Supranto, 2011).

OPERSAIONALISASI VARIABEL PENELITIAN**Tabel 4.1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas Pelayanan	Keandalan	1. Kemampuan dosen menguasai kelas dan materi 2. Waktu kuliah sesuai dengan jadwal.
	Daya Tanggap	1. Dosen mudah ditemui untuk bimbingan atau konsultasi. 2. Kecepatan dan keakuratan menangani transaksi administrasi.
	Keyakinan	1. Kurikulum sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. 2. Kesopanan dan keramahan dosen/staf TU.
	Empati	1. Komunikasi baik mahasiswa dengan dosen, staf TU dan manajemen 2. Perhatian terhadap mahasiswa bermasalah dan berprestasi
	Bukti Fisik	1. Penampilan dosen dan staf TU. 2. Fasilitas kampus yang lengkap, aman dan nyaman
Tanggapan Mahasiswa		1. Tingkat Harapan / Kepentingan (sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting, tidak penting) 2. Tingkat Persepsi (sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, tidak baik)

Sumber: Olah data 2016

METODE PENGUMPULAN DATA

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UBP Karawang Prodi Manajemen angkatan tahun 2015/2016 dengan jumlah 225. Data dikumpulkan dengan mengambil sampel secara *random sampling* dan menggunakan teknik slovin dengan rumus: Maka sampel nya didapat jika tingkat kesalahnya 7,5% adalah 100 mahasiswa sebagai responden.

METODE ANALISIS DATA

Menganalisis data penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai bagaimana persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan Universitas Buana Perjuangan Karawang Prodi Manajemen, maka menggunakan *Importance-Performance Analysis* (Jonh A. Martila and John C. James, 1977) atau analisis kepentingan dan kinerja kepuasan pelanggan.(Supranto, 2011)

Hal ini, menggunakan skala likert terdiri dari tingkat kepentingan dan tingkat persepsi yaitu: Tingkat kepentingan diberikan bobot sebagai berikut: (a) jawaban sangat penting diberi bobot 5; (b) jawaban penting diberi bobot 4; (c) jawaban cukup penting diberi bobot 3; (d) jawaban kurang penting diberi bobot 2; (e) jawaban tidak penting diberi bobot 1. Sedangkan Tingkat Persepsi diberikan penilaian dengan bobot sebagai berikut: (a) jawaban sangat baik diberi bobot 5; (b) jawaban baik diberi bobot 4; (c) jawaban cukup baik diberi bobot 3; (d) jawaban kurang baik diberi bobot 2; (e) jawaban tidak baik diberi bobot 1.

Berdasarkan hasil penelitian, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh lembaga perguruan tinggi. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja (persepsi) dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Adapun rumus yang digunakan adalah: $Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$; Dimana : Tki = tingkat kesesuaian responden; Xi = skor persepsi mahasiswa;

Yi = skor penilaian kepentingan pelanggan.

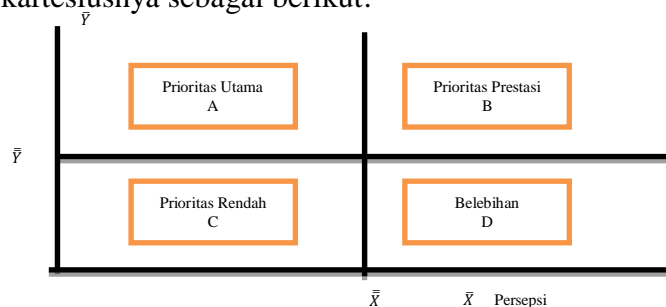
Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat persepsi, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Maka akan didapat rumus:

$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$; $\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$; Dimana \bar{X} = skor rata-rata tingkat persepsi; \bar{Y} = skor rata-rata tingkat kepentingan; n = jumlah responden.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (\bar{X}, \bar{Y}) . \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat persepsi mahasiswa seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} merupakan rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan seluruh faktor atau atribut. Seluruh atribut ada 10 atau K = 10 maka selanjutnya rumus. $\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K}$ $\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$

K adalah banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan.

Maka digaram kartesiusnya sebagai berikut:



Gambar 4.1 Diagram Kartesius

Sumber: Supranto, 2011

Keterangan: (a) Menunjukan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kualitas pelayanan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan mahasiswa; (b) Menunjukan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan lembaga, untuk itu wajib dipertahankan; (c) Menunjukan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi mahasiswa, pelaksanaan bagi lembaga biasa-biasa saja; (d) Menunjukan faktor yang mempengaruhi mahasiswa kurang penting akan tetapi pelaksanaannya berlebihan.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Data

Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan melalui angket penelitian didapatkan data angket sebagai berikut:

Tabel 5.1 Data Kuesioner Mahasiswa

Atribut	Dimensi	Persepsi					Harapan				
		Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting
I	Keandalan	11	64	19	6	0	61	36	3	0	0
II	Pelayanan	12	54	29	5	0	45	41	13	1	0
III	Keresponsifan	17	31	46	6	0	42	51	7	0	0
IV	Pelayanan	9	41	31	17	2	38	53	9	0	0
V	Keyakinan	23	59	17	1	0	59	40	1	0	0
VI	Pelayanan	11	45	29	14	1	42	50	8	0	0
VII	Empati	12	47	38	3	0	51	40	8	1	0
VIII	Pelayanan	8	43	31	12	6	55	38	6	1	0
IX	Bukti Fisik	8	64	25	3	0	34	50	16	0	0
X	Pelayanan	0	20	34	39	7	73	18	7	2	0

Sumber: Data primer, olah data 2017

Hasil kuesioner tersebut dihitung tingkat kesesuaiannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja (persepsi) dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

Maka diperoleh hasilnya pada tabel 5.2 sebagai berikut:

Tabel 5.2 Hasil tingkat kesesuaian persepsi dengan harapan

Atribut	KETERANGAN	PENILAIAN PERSEPSI					Jumlah	KETERANGAN	PENILAIAN HARAPAN					Jumlah
		5	4	3	2	1			5	4	3	2	1	
I	Kemampuan dosen menguasai	55	256	57	12	0	380	Kemampuan dosen menguasai	305	144	9	0	0	458
II	Waktu kuliah	60	216	87	10	0	373	Waktu kuliah	225	164	39	2	0	430
III	Dosen mudah ditemui	85	124	138	12	0	359	Dosen mudah ditemui	210	204	21	0	0	435
IV	Cepat dan akurat administrasi	45	164	93	34	2	338	Cepat dan akurat administrasi	190	212	27	0	0	429
V	Kurikulum	115	236	51	2	0	404	Kurikulum	295	160	3	0	0	458
VI	Sopan dan ramah dosen/TU	55	180	87	28	1	351	Sopan dan ramah dosen/TU	210	200	24	0	0	434
VII	Komunikasi dosen/TU dengan mahasiswa	60	188	114	6	0	368	Komunikasi dosen/TU dengan mahasiswa	255	160	24	2	0	441
VIII	Perhatian terhadap mahasiswa	40	172	93	24	6	335	Perhatian terhadap mahasiswa	275	152	18	2	0	447
IX	Penampilan dosen dan TU	40	256	75	6	0	377	Penampilan dosen dan TU	170	200	48	0	0	418
X	Fasilitas Kampus	0	80	102	78	7	267	Fasilitas Kampus	365	72	21	4	0	462

Sumber: Hasil oleh data primer, 2017

2. Analisis Dimensi Pelayanan

Keandalan Pelayanan

Kemampuan Dosen Menguasai Kelas dan Materi

Bagian ini menjelaskan mengenai tingkat kepentingan secara rinci. Untuk kemampuan dosen menguasai kelas dan materi yang diajarkan kepada mahasiswa. Hal ini menunjukkan kompetensi dosen dalam memberikan pelajaran terhadap mahasiswanya. Tingkat kesesuaian dari kedua data tersebut yaitu: $= \frac{380}{458} \times 100\% = 83\%$

Waktu Kuliah Sesuai dengan Jadwal

Waktu kuliah yang tepat sesuai jadwal akan memberikan tingkat kedisiplinan sehingga dapat mendorong efektifitas waktu sesuai dengan kalender akademik. Tingkat kesesuaian dari kedua data tersebut yaitu: $= \frac{373}{430} \times 100\% = 86,7\%$

3. Analisis Keresponsifan Pelayanan

Dosen Mudah ditemui untuk bimbingan atau konsultasi

Kemampuan lembaga untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul misalnya dosen mudah ditemui untuk bimbingan dan konsultasi terhadap masalah yang dihadapi oleh mahasiswa. Tingkat kesesuaian dari kedua data tersebut yaitu: $= \frac{359}{435} \times 100\% = 82,5\%$

Kecepatan dan Keakuratan Menangani Transaksi Administrasi

Dalam faktor ini diperlukan suatu tanggap dari lembaga dalam melayani transaksi administrasinya secara cepat dan akurat, sehingga mahasiswa tidak merasa lama menunggu dalam proses administrasi baik akademik maupun keuangan. Tingkat kesesuaian dari kedua data tersebut yaitu: $= \frac{338}{429} \times 100\% = 78,8\%$

4. Analisis Keyakinan Pelayanan

Kurikulum Sesuai dengan Kebutuhan Mahasiswa

Faktor ini mempunyai pengertian bahwa kurikulum sangat penting terhadap materi atau mata kuliah yang akan dipelajari. Kurikulum ini yang akan menentukan kompetensi yang akan dihasilkan oleh manusia selama belajar diperguruan tinggi. Oleh sebab itu kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa atas kompetensi yang akan dicapai selama belajar di perguruan tinggi.

Tingkat kesesuaian dari kedua data tersebut yaitu: $= \frac{404}{458} \times 100\% = 88,2\%$

Kesopanan dan Keramahtamahan Dosen/TU

Keramahtamahan dan kesopanan tenaga pendidik dan kependidikan merupakan hal yang penting menjaga pelayanan yang prima, sehingga mahasiswa merasa nyaman atas pelayanan akademik. Tidak memiliki kesan yang negatif ketika kesopanan dan ramah tamah yang menjadi poin penting baik didalam kelas maupun diluar kelas. Tingkat kesesuaian dari kedua data tersebut yaitu: $= \frac{351}{434} \times 100\% = 80,9\%$

Analisis Empati Pelayanan**Komunikasi Baik Mahasiswa dengan Dosen, TU dan Manajemen**

Kemampuan pihak lembaga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelangganya merupakan nilai tambah bagi lembaga pendidikan tersebut. Usaha tersebut yang dilakukan oleh lembaga adalah peningkatan pegawai untuk dapat memahami kebutuhan pelangganya. Komunikasi yang baik antara mahasiswa dengan dosen dan TU merupakan rasa empati yang diekspresikan dalam memberikan perhatian secara individu kepada mahasiswa. Tingkat kesesuaian dari kedua data tersebut yaitu: $= \frac{368}{441} \times 100\% = 83,4\%$

Perhatian Terhadap Mahasiswa Bermasalah atau/ dan Berprestasi

Mahasiswa yang bermasalah dan mahasiswa yang berprestasi merupakan suatu fenomena yang sering terjadi di lingkungan kampus. Manajemen dan dosen perlu memberikan perhatian atas kondisi tersebut. Mahasiswa bermasalah perlu diberikan arahan dan konsultasi supaya mereka dapat memperbaiki permasalahannya, sedangkan mahasiswa yang berprestasi perlu diberikan penghargaan atas prestasi yang diraih. Hal-hal tersebut merupakan bentuk dari perhatian atas pelayanan yang diberikan. Tingkat kesesuaian dari kedua data tersebut yaitu: $= \frac{335}{447} \times 100\% = 74,9\%$

Analisis Bukti Fisik Pelayanan**Penampilan Dosen dan Staf TU**

Kebersihan merupakan faktor lain yang dapat dirasakan secara langsung oleh pelanggannya dan salah satu faktor yang sering dinilai oleh pelanggannya. Untuk menjaga itu semua maka diperlukan adanya perawatan pegawai dengan menjaga kerapian baik bagi dosen maupun staf TU. Tingkat kesesuaian dari kedua data tersebut yaitu $= \frac{377}{418} \times 100\% = 90,2\%$

Fasilitas Kampus yang Lengkap, Aman dan Nyaman.

Kelengkapan fasilitas kampus adalah paling utama dalam analisis bukti fisik, seperti ruang kelas, laboratoriu,, perpustakaan, tempat parkir, media belajar. Fasilitas tersebut menjadi poin

penting dari pandangan awal atas pelayanan lembaga pendidikan. Tingkat kesesuaian dari kedua data tersebut yaitu $= \frac{267}{462} \times 100\% = 57,8\%$

Diagram Kartesius

Untuk dapat melihat posisi penempatan data yang telah dianalisis, maka dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

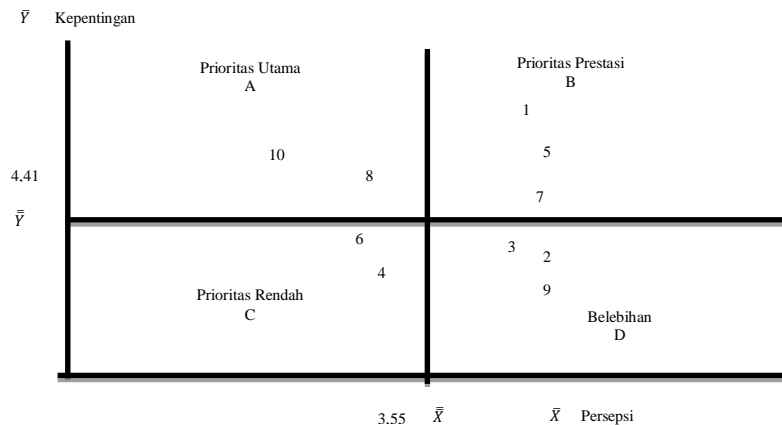
- Kuadran A menunjukkan, bahwa unsur jasa yang sangat penting bagi mahasiswa, akan tetapi lembaga belum melaksanakan sesuai dengan keinginan mahasiswa, dan dapat menimbulkan rasa tidak puas.
- Kuadran B menunjukkan bahwa unsur yang memang dianggap penting oleh mahasiswa telah dilaksanakan dengan baik dan menimbulkan kepuasan, maka lembaga harus mempertahankannya.
- Kuadran C menunjukkan bahwa unsur yang memang dianggap kurang penting oleh mahasiswa, lembaga menjalankan pelayanan seperti biasanya.
- Kuadran D menunjukkan bahwa unsur jasa yang dianggap kurang penting, tetapi telah dijalankan dengan sangat baik. Hal ini dianggap berlebihan.

Tabel 4.23 Perhitungan Rata-rata penilaian persepsi dan kepentingan pelayanan perguruan tinggi dalam membuat diagram kartesius

No	Faktor pelayanan perguruan tinggi	Persepsi	Harapan	\bar{X}	\bar{Y}
1	Kemampuan dosen menguasai kelas dan materi	380	458	3,80	4,58
2	Waktu kuliah sesuai dengan jadwal.	373	430	3,73	4,30
3	Dosen mudah ditemui untuk bimbingan atau konsultasi.	359	435	3,59	4,35
4	Kecepatan dan keakuratan menangani transaksi administrasi.	338	429	3,38	4,29
5	Kurikulum sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.	404	458	4,04	4,58
6	Kesopanan dan keramahan dosen/staf TU.	351	434	3,51	4,34
7	Komunikasi baik mahasiswa dengan dosen, staf TU dan manajemen	368	441	3,68	4,41
8	Perhatian terhadap mahasiswa bermasalah dan berprestasi	335	447	3,35	4,47
9	Penampilan dosen dan staf TU.	377	418	3,77	4,18
10	Fasilitas kampus yang lengkap, aman dan nyaman	267	462	2,67	4,62
	Rata-Rata (\bar{X} dan \bar{Y})			3,55	4,41

Sumber: Olah data primer, 2017

Berdasarkan data tabel tersebut dapat dibuat gambar diagram kartesius sebagai berikut:



Gambar 4.1 Diagram Kartesius Pelayanan

Sumber: Olah data primer, 2017

PEMBAHASAN

Hasil pengukuran unsur jasa berdasarkan tingkat kepentingan dan persepsinya yang memungkinkan lembaga perguruan tinggi dapat menitikberatkan usaha perbaikan yang dianggap penting menurut mahasiswa. Oleh sebab itu, berdasarkan penelitian didapat diagram kartesius pada gambar 4.1.

Gambar kartesius tersebut terdapat empat bagian terbagi menjadi Kuadran A, Kuadran B, Kuadran C, dan Kuadran D sebagai berikut:

1. Kuadran A

Menunjukkan faktor pelayanan yang berada pada kuadran ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor ini dinilai sangat penting menurut mahasiswa, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

Faktor pelayanan yang terdapat dalam penelitian ini adalah (a) Perhatian terhadap mahasiswa yang bermasalah atau yang berprestasi (=8); (b) Fasilitas kampus yang lengkap, aman dan nyaman (=10)

2. Kuadran B

Menunjukkan faktor pelayanan yang berada pada kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan mahasiswa, sehingga persepsi mahasiswa baik terhadapnya.

Faktor pelayanan yang termasuk pada kuadran B adalah (a) Kemampuan dosen menguasai kelas dan materi (=1); (b) Kurikulum sesuai dengan kebutuhan mahasiswa

(=5); (c) Komunikasi yang baik mahasiswa dengan dosen, tenaga kependidikan dan manajemen (=7).

3. Kuadran C

Menunjukkan bahwa faktor pelayan yang berada pada kuadran C masih dianggap kurang penting bagi mahasiswa. Sedangkan pelaksanaan pelayanan yang diberikan dianggap cukup.

Faktor pelayanan yang termasuk kuadran C adalah (a) Kecepatan dan keakuratan dalam menangani transaksi administrasi (=4); (b) Kesopanan dan keramahan dosen dan staf TU (=6).

4. Kuadran D

Menunjukkan bahwa faktor pelayanan pada kuadran D dinilai berlebihan dalam pelaksanaan. Mahasiswa menganggap pelayanan yang diberikan kurang penting sedangkan pelaksanaan pelayanan sangat baik.

Faktor pelayanan yang termasuk kuadran D adalah (a) Waktu kuliah sesuai jadwal (=2); (b) Dosen mudah ditemui untuk bimbingan dan konsultasi (=3); (c) Penampilan dosen dan staf TU (=9).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

Persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan Universitas Buana Perjuangan Karawang sudah cukup baik, hal ini bisa terdapat kesesuaian antara harapan/kepentingan dengan penilaian mahasiswa terlihat pada kuadran B, seperti indikator kemampuan dosen menguasai kelas dan materi, Kurikulum sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, dan komunikasi yang baik mahasiswa dengan dosen, tenaga kependidikan dan manajemen. Sedangkan terdapat beberapa terjadi ketidaksesuaian antara harapan dan persepsi yang harus menjadi prioritas kampus dalam memberikan pelayanan lebih baik lagi seperti yang terdapat pada kuadran A yaitu: Perhatian terhadap mahasiswa yang bermasalah atau yang berprestasi dan Fasilitas kampus yang lengkap, aman dan nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Wibowo. 2013. Perilaku dalam organisasi. Jakarta: Raja grafindo persada
- Kreitner, Robert and Angelo Kinicki. 2010. Organizational Behavior. New York: McGraw-Hill
- McShane, Steven L. And Mary Ann Von Glinoe. 2006. Worley. *Built to change*. San Francisco: John Wiley & Sons, Inc.
- Robbin, Stephen P. And Timonthy A. Judge. 2011. Organizational Behavior. New Jersey: Pearson Education. Inc.
- Kotler, Phillip. 1995. Marketing Management Analysis, Planning, Implementation& Control. Prentice Hall Int,
- Miftah Thoha. 2003 , Kepemimpinan Dalam Manajemen Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Gaspersz, Vincent. 1997. Manajemen Bisnis Total dalam Era Globalisasi. Jakarta : Penerbit PT.Gramedia.
- J. Supranto. 2011. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan. Jakarta: Rineka Cipta
- Kirom, Bahrul. 2013. Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen cetakan 3. Bandung: Pustaka Reka cipta
- Valerie Zeithaml, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler . 2006. Services Marketing. Mc Graw Hill. New York.
- Kotler, Philip. 1994. Marketing Manajemen:Analisis, Planning, Implementation & Control. Prentice Hall International Editions: Eighth Edition
- Tjiptono, Fandi. 2004. Strategi Pemasaran, edisi kedua. Yogyakarta: Andi Offset
- Parasuraman, A; Zeithaml, V.A; and Berry, L.L., 1985. A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. Jurnal of Marketing (fall)
- Thomas Stefanus Kaihatu. 2008. Analisis kesenjangan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pengunjung Plasa Tanjung Surabaya. Surabaya: Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Vol 10 no 1.