

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor layanan dalam perjalanannya adalah sektor dengan perubahan terbesar kerana perubahan pesat dalam faktor lain, di mana faktor-faktor ini saling berkaitan seperti perubahan teknologi yang berdampak pada peningkatan iklim persaingan (Lovelock, 2004). layanan adalah aktivitas ekonomi yang menghasilkan nilai dan menawarkan keuntungan pada waktu dan tempat tertentu kerana perubahan yang diinginkan dibuat atas nama penerima layanan (Lovelock dan Wright 2002). layanan pada dasarnya merupakan semua kegiatan ekonomi dengan keluaran selain daripada produk pada arti fisik, habis serta dihasilkan saat masa yang sama, menyertakan suatu nilai tambah serta pada dasarnya tidak ketara untuk pengguna pertama (Zeithamsui dan Bitner, 2005).

Pendidikan dari segi pelaksanaannya termasuk dalam kategori layanan yang dilakukan oleh institusi pendidikan untuk dan diperuntukan guna kemaslahatan masyarakat luas. Pendidikan adalah faktor sokongan yang memainkan peranan penting dalam semua sektor, pendidikan ialah suatu bentuk upaya supaya manusia bisa mengembangkan potensinya dengan proses pendidikan. Di era globalisasi, persiapan pendidikan perlu ada penyelarasan dengan tututan persaingan. Atas sebab ini, pendidikan tinggi diperlukan untuk dapat meningkatkan kualitas graduannya. Institusi pendidikan adalah pembuat layanan pendidikan yang oleh masyarakat harapkan dapat merealisasikan kualitas sumber manusia dengan sistem pendidikanya beserta tercipta keluaran pendidikan yang berkualitas.

Pendidikan tinggi adalah bentuk layanan yang tidak dapat dirasakan, didengar, atau dibeli sebelum digunakan, yang tidak berwujud, oleh itu pendidikan tinggi atau pendidikan tinggi sebagai institusi yang terlibat dalam sektor layanan diharuskan untuk selalu memberikan layanan yang berkualitas dan meningkatkan layanan mereka untuk memenuhi keperluan masyarakat. jangkauan pengguna (pelajar).

Kualitas pendidikan tinggi banyak ditentukan oleh kualitas layanan yang diberikan, di mana kepuasan pelanggan adalah petunjuk sama ada layanan itu berkualitas tinggi atau berkualitas. Untuk kepuasan layanan pendidikan tinggi lebih ditujukan kepada pelajar sebagai pengguna, pelajar adalah pelanggan utama pendidikan tinggi. "Pendidikan tinggi adalah sebahagian dari industri sektor layanan yang harus terus meningkat dan berinovasi untuk mempromosikan layanan pelanggan yang lebih baik dan matang, kerana sekarang semakin dirasakan bahwasanya layanan dan kepuasan pengguna adalah aspek penting untuk bertahan dalam perniagaan dan memenangi kompetisi (Tjiptono, 2004: 149)".

Pelayanan berkualitas akan memberi kepuasan kepada pelanggannya. Kepuasan pelajar bertujuan untuk mewujudkan kesetiaan pelajar terhadap pendidikan tinggi dan pelajar akan meneruskan menceritakan tentang pelayanan pendidikan yang memenuhi kepuasanya terhadap orang-orang, Kepuasan menurut pakar (Tjiptono, 2004: 146), Bahwasanya suatu kepuasan ataupun ketidakpuasan merupakan sikap tindak balas pengguna terhadap penilaian terhadap apa yang dirasakan setelah merasainya. Peringkat kepuasan pelajar terhadap pelayanan pendidikan bisa diketahui dengan mencocokkan realiti serta jangkauan yang telah dirasakan oleh pelajar.

Kepuasan pelajar dapat dicapai jika ada padanan antara pelayanan yang diberikan kepada pelajar. Seperti pernyataan dari Wadwa dan Radja (2006: 222) bahwasanya kepuasan pelajar dapat diamati dari pertandingan antara angan-angan beserta prestasi pelayanan yang diterima oleh pelajar. Berangkat dari konsep asas industri pelayanan yang menyediakan pelayanan atau pelayanan edukasi/pendidikan bertujuan agar memenuhi kepuasan pelanggannya, yakni pelajar. "Menurut Tilaar (202: 11) saat ini pendidikan tinggi dihadapkan dengan tuntutan kualitas dan pertanggungjawaban terhadap layanan pendidikan/edukasi yang diberikannya, agar pelayanan yang berkualitas mesti dialokasikan agar memenuhi kepuasan pengguna."

Dalam praktik pelayanan ada dua kedudukan yang berbeda antara mereka yang diberi pelayanan dan mereka yang memberikan pelayanan. Manakala pelayanan utama adalah lingkup pendidikan. Nampak suatu ikatan timbal balik antara dua posisi yang pada waktunya akan mempengaruhi hasil output, dalam hal keluaran pendidikan. Diperkirakan bahwa jika layanan dilakukan dengan kualitas, diharapkan hasilnya juga berkualitas. Hubungan timbal balik yang berlaku antara mereka yang memberikan pelayanan dan mereka yang dilayan pada dasarnya saling memerlukan. Nilai saling memerlukan berdasarkan saling memahami akan berkembang untuk mempengaruhi keperluan masing-masing. Namun, setiap pihak memiliki kebutuhan dan kepentingan yang berbeda, tidak mustahil konflik kepentingan yang berlainan akan timbul, untuk itu perlu ada nilai yang dipersetujui bersama agar semua kepentingan dapat ditampung secara optimal.

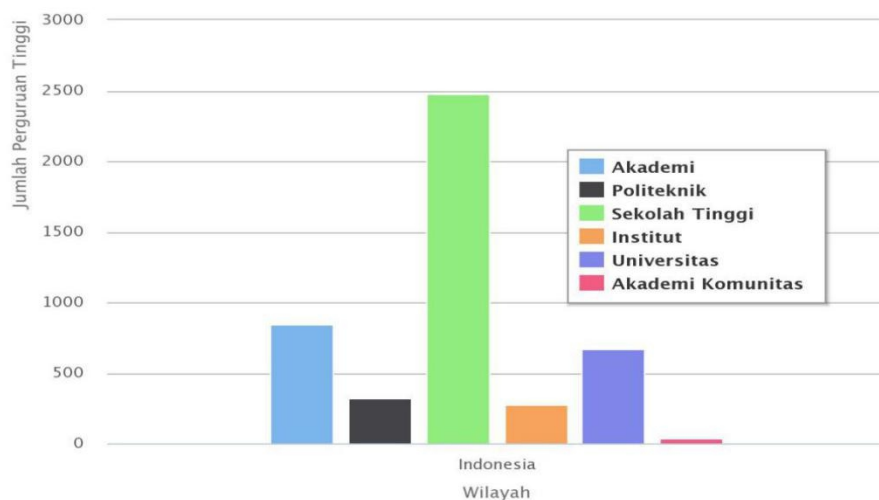
Kualitas pendidikan adalah faktor utama yang tidak dapat dilihat, tetapi berlaku dalam banyak hal yang ditentukan oleh penyedia dalam hal membuat ketentuan mengenai kualitas (Owlia dan Aspinwall, 1996). Institusi

pendidikan tinggi berbeda dengan organisasi perniagaan, tetapi masih terdapat aspek yang sama dalam mencapai kejayaan. Walaupun begitu, institusi pendidikan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelajar dan / atau pihak berkepentingan mereka. Bagi pihak berkepentingan, nilai universitas adalah salah satu faktor nilai yang mempunyai makna penting. Dengan meningkatkan nilai institusi, diharapkan dapat memajukan nilai kualitas pelayanan yang memberi kesan terhadap kepuasan pelajar pada layanan yang diberikan. Sehingga mempunyai daya tarik universitas untuk memenangi pertandingan untuk kualitas pelayanan. Bagi universitas, pihak berkepentingan yang dimaksud adalah individu atau kumpulan yang berpengaruh atau dipengaruhi oleh organisasi pendidikan tinggi, termasuk: pelajar, tenaga pengajar, pegawai administrasi, dan sebagainya.

Lebih lanjut Kotler & Fox pernah menjelaskan tentang dimensi utama pelayanan pada Pendidikan Tinggi, sebagai berikut :

- A. Dimensi Kualitas Pembelajaran semuanya berkaitan dengan kemampuan pihak berkepentingan dalam menyampaikan bahan, penyediaan bahan, penugasan bahan, keramahan dalam menerangkan, objektif dalam memberikan nilai, dan sebagainya. Pihak berkepentingan di sini adalah semua dosen, staf, dan pekerja institusi berkaitan.
- B. Dimensi Bimbingan Akademik berkaitan dengan dosen yang menjadi penasihat akademik dari segi ketersediaan masa, ketelitian, kesabaran, dan kesinambungan dari segi bimbingan akademik, dan sebagainya.

- C. Dimensi Sumber Pendukung merangkumi ketersediaan kemudahan sokongan pembelajaran seperti perpustakaan, lab, ruang kuliah, alat sokongan pembelajaran, dan sebagainya.
- D. Dimensi Aspek Komunikasi dengan pihak-pihak / staf perguruan yang berkaitan dengan aspek kemudahan menghubungi pemimpin / staf / pihak berkepentingan di universitas
- E. Dimensi Aspek Pelayanan Administrasi meliputi kemampuan dan kepantasan kakitangan administrasi di peringkat pengajian tinggi dalam memberikan administrasi.
- F. Dimensi Kegiatan Ekstrakurikuler meliputi jumlah daya tarikan perbagai aktiviti ekstrakurikuler yang diadakan, sokongan universiti untuk aktiviti pelajar, dan sebagainya.



Gambar 1.1 Jumlah Perguruan Tinggi pada Tahun 2020

Sumber : Pangkalan Data Pendidikan Tinggi.

Dari grafik tersebut dapat diketahui bahwa Indonesia memiliki 4633 perguruan tinggi yang terdaftar resmi dalam PDDIKTI (Pangkalan Data Pendidikan Tinggi). Dalam dalam gambar grafik ini merupakan hasil

pengolahan data dari laporan perguruan tinggi di Indonesia yang rutin dilakukan setiap periode. Semakin tinggi jumlah pendidikan tinggi di Indonesia maka semakin ketat pula tingkat persaingan antar pendidikan tinggi.

Dari pembahasan diatas sebagai contoh pendidikan tinggi di Indonesia yang ikut serta dalam kompetisi jasa pendidikan salah satunya ialah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, dimana pendidikan tinggi tersebut layak menjadi tempat untuk mengali penelitian tentang kepuasan mahasiswanya guna menjelaskan bagaimana suatu instansi tersebut dapat menghadirkan pendidikan yang bermutu untuk memuaskan konsumennya. Sesuai dengan apa yang tercantum pada profil pendidikan tinggi tersebut :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika sebagai contoh salah satu institusi perguruan tinggi di Indonesia, wajib menerapkan suatu konsep dimana mengutamakan kepuasan pelajar sebagai pengguna layanan dengan memberikan layanan terbaiknya sesuai dengan visi dan misinya bahwa, *Mahardhika College of Economics* adalah universitas ekonomi dan bisnis berkualitas antara bangsa. Ditubuhkan di Surabaya sejak tahun 1981, STIE Mahardhika berorientasi yang kokoh/kuat kian berkembang sehingga dapat memainkan peran yang esensial dalam bidang pendidikan tinggi di Surabaya. Menggunakan sistematika belajar mengajar Pembelajaran Berasaskan Masalah & Proyek yang digabungkan dengan konsep *Crazy Marketing*, STIE Mahardhika sentiasa berupaya mensimulasikan kegiatan kerja pada tiap aktivitas akademik. Tiap pelajar di STIE Mahardhika dipastikan dilengkapi pengetahuan kewirausahaan, agar pelajar dapat berfikir secara inovatif, kreatif, dan mandiri dalam menyelesaikan persoalan dalam bidang perbisnisan.

Konsep *Crazy Marketing* adalah perwujudan kepakaran Profesor Dr. Rahmady Radiany, atau dikenali sebagai Prof Crazy Marketing. Beliau merupakan tokoh usahawan pengambil alih pengurusan STIE Mahardhika pada tahun 1998, serta membawanya menjadi salah satu universitas elit di Indonesia. Antusiasme keusahawanan yang ditanamkannya telah menjadi asas STIE Mahardhika untuk merealisasikan visi dan misinya. Dimana pengetahuan perniagaan yang kuat selalu dilaksanakan di setiap peringkat kurikulum. Sehingga lulusan yang dihasilkan memiliki wawasan dan berdaya saing unggul di dunia pekerjaan serta perniagaan

Agar merealisasikan Visi dan Misi, STIE Mahardhika senantiasa meningkatkan kualitas pendidikannya. Tiap kursus disampaikan oleh pengajar/dosen yang memiliki kelayakan keprofesoran dan kedoktoran, dan praktisi dalam dunia perniagaan. Selanjutnya, para dosen tamu sekaligus pimpinan dari perindustrian disajikan, serta perjalanan menuju destinasi/lokasi perniagaan juga diperhebatkan, agar dapat mewujudkan proses pengajaran dan pembelajaran berprogresif dan dengan intensifitas. Di samping itu, para pengajar/dosen memiliki dedikasi untuk mendidik dan mempunyai tahap fleksibiliti yang tinggi dalam menampung minat pelajar.

Proses pengajaran dan pembelajaran yang optimum tentunya mesti disokong oleh kemudahan yang ada. Kampus STIE Mahardhika direka melalui seni arsitektur moden. Di samping kelengkapan kemudahan fasilitas fisik, kenyamanan dan *eco-friendly*. Sistematika kuliah disokong oleh teknologi terkini, termasuk: *E-Library*, *E-Learning*, *E-Jurnal* dan *E-Payment*. STIE Mahardhika berbangga bisa mengalokasikan kelebihan ini melalui iuran kuliah yang amat ekonomis/terjangkau. Supaya pelajar dari pelbagai lapisan masyarakat bisa belajar serta wisuda tepat pada waktunya.

Dari sinilah yang membuat peminat masyarakat untuk mengikuti pendidikan di STIE Mahardhika ini sangat tinggi dan bertambah tiap tahun. Berikut ini terdapat data peminat pada tahun 2019 yang dikutip dari Pangkalan Data Pendidikan Tinggi untuk data Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika.

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Peminat Masuk STIE Mahardhika

Profil Perguruan Tinggi					Kembali ke Hasil Pencarian	
Status PT	:	Aktif				
Perguruan Tinggi	:	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika				
Tanggal Berdiri	:	23 Mei 1986				
Nomor SK PT	:	039501986				
Tanggal SK PT	:	23 Mei 1986				
Alamat	:	Graha Mahardhika, Jl. Raya Wisata Menanggal No. 42A				
Kota/Kabupaten	:	Kec. Gayungan - Kota Surabaya - Prov. Jawa Timur				
Kode Pos	:	60234				
Telepon	:	031-8550099/77				
Faximile	:	031-8553355				
Email	:	akademikmhdk2018@gmail.com				
Website	:	www.stiemahardhika.ac.id				

Data Pelaporan Tahun 2018/2019			Data Pelaporan Tahun 2019/2020		
Jml Dosen Tetap	Jml Mhs	Rasio Dosen Tetap/Jumlah Mahasiswa	Jml Dosen Tetap	Jml Mhs	Rasio Dosen Tetap/Jumlah Mahasiswa
164	7.029	1 : 42.9	164	7.002	1 : 42.7

Daftar Program Studi

Data mahasiswa berdasarkan pelaporan aktifitas mahasiswa pada semester ganjil tahun ajaran tersebut. Jika tidak sesuai, Perguruan tinggi diwajibkan memperbaiki pelaporannya melalui aplikasi PDDikti Feeder

No.	Kode	Nama Program Studi	Status	Jenjang	Data Pelaporan Tahun 2018/2019			Data Pelaporan Tahun 2019/2020		
					Jml Dosen Tetap	Jml Mhs	Rasio Dosen Tetap/Jumlah Mahasiswa	Jml Dosen Tetap	Jml Mhs	Rasio Dosen Tetap/Jumlah Mahasiswa
1	61101	Manajemen	Aktif	S2	12	852	1 : 54.3	12	531	1 : 44.3
2	62201	Aluntansi	Aktif	S1	37	1.563	1 : 42.2	37	1.532	1 : 41.4
3	61201	Manajemen	Aktif	S1	115	4.814	1 : 41.9	115	4.839	1 : 42.9

Sumber : PDDIKTI

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa peminat STIE Mahardika terus bertambah dari tahun ke tahun, kualitas layanan yang disajikan tentu harus semakin baik karena dengan semakin meningkat kualitas layanan yang diberikan pasti akan meningkatkan citra universitas dikemudian hari. Dimana hal ini berkaitan dengan citra universitas yang memiliki pengaruh besar dalam sudut pandang masyarakat untuk memilih jenjang pendidikan tinggi.

PDDIKTI (Pangkalan Data Pendidikan Tinggi) menyebutkan terdapat 7002 jumlah mahasiswa di STIE Mahardhika. Dengan jumlah pelajar, pengurusan pendidikan harus seimbang dengan penyediaan layanan yang baik, dengan mengikuti peraturan akademik yang telah diatur dan ditentukan, sebagai dasar pelaksanaan oleh semua pemangku kepentingan akademik. Keutamaan layanan yang diberikan kepada pelajar tentunya bidang perkhidmatan akademik. Jasa pelayanan akademik yang berkualitas diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada pelajar, dan pelajar yang menerima perkhidmatan ini dapat menilai perkhidmatan yang mereka terima. Kedua-dua pihak mempunyai hubungan timbal balik, sehingga setiap pihak mendapat kepuasan yang sama.

Perubahan peraturan pemerintah mengenai rumusan pendidikan dan dengan bertambahnya jumlah perguruan tinggi akan menyebabkan persaingan antar perguruan tinggi semakin meningkat dan menyebabkan penurunan kualitas pelayanan yang diberikan universitas melalui fakultas (Clemes et al, 2012). Hal ini membuat universitas akan berfokus untuk menjaring sebanyak mungkin calon mahasiswa dan kurang menfokuskan kualitas pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa yang telah ada. Ketidakpuasan mahasiswa yang telah ada ini akan menimbulkan dampak jangka panjang kepada universitas seperti *recommend service* dan *future*

attendance yang rendah. Pada STIE Mahaedhika sendiri terdapat banyak keluhan yang diutarakan kepada civitas akademik seperti sub-bagian akademik, di STIE Mahardhika tidak sulit ditemukan banyak mahasiswa yang mengeluh terhadap pelayanan yang diterima seperti sirkulasi udara ruang kelas yang kurang, fasilitas kurang memadai seperti kantin yang terlalu sesak atau kebersihan toilet, pelayanan sub-bagian akademik yang kurang tanggap, jam buka perpustakaan yang terlalu singkat dan masih banyak lainnya.

Sehingga, aktivitas pendidikan, tidak hanya berorientasi pada hasil akhir proses pendidikan dengan menghasilkan sejumlah lulusan atau menarik sebanyak mungkin calon pelajar tetapi juga memfokuskan pada kualitas layanan dalam pelaksanaan proses pengajaran dan pembelajaran. Lulusan pendidikan tinggi semestinya diharuskan memiliki pengetahuan, kemampuan untuk bekerja dalam organisasi moden, kemampuan intelektual, dan kemahiran untuk bersosialisai dengan orang-orang, dan berdialog (Harvey dan Green, 1993). Walau bagaimanapun, kualitas perkhidmatan pendidikan perlu dilihat dari segi persaingan antara institusi / agensi pendidikan lain (penyedia pendidikan). Dipercayai bahwa kualitas perkhidmatan akan mempengaruhi kehendak dan harapan masyarakat. masyarakat.

Berdasarkan paparan tersebut, penulis berminat mengadakan riset perihal “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA STIE MAHARDHIKA”.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Kualitas Layanan merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar layanan yang telah diberikan dan yang telah dirasakan oleh para mahasiswa. Kualitas layanan yang diantarkan mempengaruhi secara langsung kepuasan yang diterima oleh mahasiswa. Mengingat bahwa perguruan tinggi seharusnya memukul rata pelayanan kepada seluruh mahasiswa dengan sama di berbagai fakultas. Sehingga kemungkinan terjadi kesenjangan antar fakultas dapat diminimalisir yang akan menyebabkan pelayanan yang berbeda dan akan berdampak pada ketidakpuasan mahasiswa.

Secara umum, pendidikan tinggi di Indonesia sedang dalam proses marketisasi. Hal ini dapat dilihat dari diadopsinya pola pikir bahwa *user* harus membayar untuk ilmu pengetahuan, diversifikasi layanan pendidikan, kurikulum berorientasi pasar, dan pengenalan program kompetisi internal antar lembaga pendidikan tinggi yang didanai negara (Mok, 2000). Oleh karena itu, "mahasiswa tidak lagi dipandang sebagai pelajar melainkan telah dipandang sebagai klien atau pelanggan" (Mok, 1999).

Itulah mengapa umpan balik diperlukan dari mahasiswa untuk mengukur seberapa besar kualitas layanan yang telah dirasakan mahasiswa dari yang perguruan tinggi telah berikan sehingga persepsi mahasiswa mengenai kualitas layanan dan kepuasan yang dirasakan dapat terlihat. Kualitas layanan yang diberikan perguruan tinggi kepada mahasiswa akan meningkatkan citra perguruan tinggi yang akan mendorong pertumbuhan peminat perguruan tinggi di masa yang akan datang (*future attendance*).

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan yang sudah diuraikan dari latar belakang diatas, oleh sebab itu permasalahannya yang dibahas yaitu :

1. Faktor apa saja yang sangat mempengaruhi kepuasan pada mahasiswa terhadap pelayanan di STIE Mahardhika ?
2. Untuk mengetahui faktor apa saja penentu kepuasan mahasiswa STIE Mahardhika.

1.3 Tujuan Penelitian

Berasaskan yang dinyatakan sebagai rumusan masalah oleh peneliti, sasaran yang ingin didapat oleh peneliti dalam kajian ini ialah untuk menggali faktor-faktor apakah yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa STIE Mahardhika.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan keluaran kajian ini harapanya dapat memberi faedah kepada semua orang yang membutuhkannya. Kegunaan kajian ini diantaranya adalah:

1. Aspek Teoritis
 - a. Hasil kajian ini harapanya dapat menjadi edukasi dalam bidang ilmu manajemen, khususnya dalam bidang pemasaran. Hasil kajian ini jelas merupakan hasil sains dan teori yang telah diperoleh semasa kuliah yang digunakan untuk menjelaskan

penyelesaian masalah dan penyelesaian dengan memerhatikan fakta dan realiti yang berlaku di lapangan.

- b. Secara akademik, penyelidikan ini diekspektasikan bisa bermanfaat untuk memperluas wawasan, terutama di sektor pengurusan pemasaran agar dapat meneroka hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan yang dirasakan melalui ciri-ciri demografi sampel yang diperoleh. Sehingga hasil kajian diharapkan dapat menjadi rujukan dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan pendidikan agar rasa tidak puas hati terhadap layanan dapat minimalisir.
- c. Pihak lain yang berminat dengan topik penelitian ini, sebagai bahan rujukan untuk meneroka lebih jauh dan mendalam agar dapat mencapai penyelidikan yang lebih baik yang berkaitan dengan topik penyelidikan ini.

2. Aspek Praktis

Hasil kajian ini berguna sebagai input serta pemikiran dan pengetahuan tambahan untuk universitas mengenai tahap kepuasan pelajar terhadap bentuk layanan yang telah diberikan.