

Analisis Kualitas Jasa Layanan Universitas Pesantren Tinggi Darul 'Ulum Dengan Metode Servperf Dalam Kesiapan Menghadapi Persaingan Regional

Sujarwo¹, Afsah Novita Sari¹

¹Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Pesantren Tinggi Darul 'Ulum Jombang

E-mail : akaliljanis@gmail.com¹

ABSTRAK

Perguruan Tinggi Universitas Pesantren Tinggi Darul 'Ulum (UNIPDU) Jombang merupakan lembaga pendidikan tinggi di Jombang. Banyaknya lembaga pendidikan yang bermunculan saat ini, sebagai acuan bagi UNIPDU untuk meningkatkan mutu pelayanan agar sesuai dengan harapan konsumen (mahasiswa) sehingga siap dalam menghadapi persaingan regional. Untuk itu perlu dilakukan penilaian terhadap kualitas jasa pelayanan pada UNIPDU. Penilaian kualitas jasa pelayanan dimaksudkan untuk menentukan atribut dan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas atribut jasa pelayanan tersebut. Metode servperf menentukan kualitas layanan dengan hanya melakukan pengukuran pada kinerja pelayanan. Teknik pengolahan data meliputi identifikasi atribut awal kemudian menentukan keunggulan dan kelemahan layanan dengan analisis kwadran. Berdasarkan hasil perhitungan dalam metode Servperf, atribut keinginan konsumen termasuk kedalam kuadran A (prioritas utama) yang menunjukkan bahwa daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun masih menunjukkan kinerja (kepuasan) yang kurang. Dalam menghadapi persaingan regional UNIPDU harus memperhatikan kebutuhan konsumen terutama faktor yang penting namun belum memenuhi kepuasan.

Kata kunci : kualitas jasa layanan, metode servperf, persaingan regional

ABSTRACT

University of Pesantren Darul 'Ulum (UNIPDU) Jombang is an institution of higher education in Jombang. Number of educational institutions that emerged today, as a reference to UNIPDU to improve service quality to match the expectations of consumers (students) so it's ready to face regional competition. For that we need to evaluate the quality of service in UNIPDU. Assessment of quality of service is intended to determine the attributes and levels of customer satisfaction with quality of service attributes. Servperf method for determining the quality of the service by simply measuring the performance of services. Data processing techniques include early identification of attributes and then determine the strengths and weaknesses of service with the quadrant analysis. Based on calculations in Servperf method, attribute the desire of consumers who are included in quadrant A (priority) which shows that the wish list of consumers who have a high level of importance, but it still shows the performance (satisfaction) is lacking. In the face of regional competition UNIPDU should pay attention to the needs of consumers, particularly the factors that are important but not satisfaction.

Keywords : quality of service, methods servperf, regional competition

PENDAHULUAN

Perguruan Tinggi Universitas Pesantren Tinggi Darul 'Ulum (UNIPDU) yang berlokasi di Kompleks Pondok Pesantren Darul 'Ulum Peterongan Jombang merupakan salah satu institusi yang berorientasi bisnis yang terus melakukan perbaikan kinerja dengan meningkatkan kualitas layanan pendidikan yang ada. Semakin banyaknya perguruan tinggi swasta yang memberikan standart mutu pendidikan yang baik serta menerapkan strategi pemasaran mahasiswa baru yang tepat, memacu UNIPDU untuk terus melakukan perbaikan khususnya kualitas layanan. Apalagi tuntutan jenis pendidikan baru senantiasa muncul serta berkembang seiring perkembangan dunia yang tidak akan pernah berhenti, seperti adanya kebutuhan pendidikan Ilmu Administrasi, Ilmu Sastra, Ilmu Teknik, Ilmu MIPA dan Ilmu Agama Islam yang dimiliki oleh Universitas Pesantren Tinggi Darul 'Ulum Jombang. UNIPDU juga akan menambah jenis pendidikan di lingkungannya sebagai bukti konsistensinya terhadap amanat pendidikan bangsa, maka tuntutan itulah UNIPDU Jombang sangat perlu adanya tolok ukur apakah pelayanan ke mahasiswa selama ini sudah memenuhi harapan mahasiswa. Dalam hal ini, penelitian akan membahas upaya untuk mengetahui tingkat keinginan konsumen yang dikhususkan untuk mahasiswa dalam usaha untuk peningkatan mutu pelayanan serta kinerja PERGURUAN TINGGI tersebut khususnya untuk UNIPDU Jombang.

METODA

1. Pengertian jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. (Kotler, 1997:83). Pengertian jasa dapat diperjelas dengan mengetahui karakteristik utama yang membedakannya dengan barang, yaitu:

1. *Intangibility* (tidak berwujud), berbeda dengan barang yang merupakan obyek, alat atau benda sedangkan jasa adalah perbuatan, kinerja atau usaha.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan), pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi bersamaan.
3. *Variabilty* (berubah-ubah), bersifat variabel artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenisnya tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
4. *Perishability* (daya tahan), tidak dapat disimpan, hal ini tidak menjadi masalah jika permintaannya tetap karena untuk menyiapkan pelayanan permintaan tersebut mudah tapi apabila berfluktuasi, berbagai masalah muncul (Kotler, 1997:84)

2. Pengertian dan Konsep Dasar Kualitas

Beberapa ahli memberikan definisi yang berbeda tentang kualitas. Dalam Yamit (2001: 7), George Davis mendefinisikan kualitas sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan Juran menyatakan kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi .

Konsep dasar kualitas dari suatu pelayanan (jasa) ataupun kualitas dari suatu produk dapat didefinisikan sebagai pemenuhan yang dapat melebihi dari keinginan ataupun harapan dari pelanggan (konsumen) Zeithami, Berry dan Parasuraman (Yamit, 2001; 10) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah;

1. *Tangibles* (bukti langsung) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan , pegawai, dan sarana komunikasi.
2. *Reliabiliti* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko ataupun keragu-raguan.
5. *Empaty*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

3. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Ada dalam beberapa pengertian mengenai kepuasan yang di kemukakan oleh beberapa pakar, diantaranya yaitu:

1. Kotler (1994: 46) menandakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya.
 2. Yamit (2001: 78) mengartikan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Langkah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang harus diperhatikan untuk menjawab *voice of customer* (suara konsumen) sehingga didapatkan kemampuan untuk menjawab keinginan konsumen tersebut. Adapun bagian metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, metode tersebut antara lain (Yamit, 2001: 80)
 1. **Sistem Pengaduan.** Sistem itu memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan, dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran
 2. **Survey Pelanggan atau Konsumen.** Survey pelanggan atau konsumen merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, misalnya, melalui surat pos, telepon, atau wawancara secara langsung.
 3. **Panel Pelanggan atau Konsumen.** Perusahaan mengundang pelanggan atau konsumen yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi pelanggan perusahaan lain.
4. **Model SERVPERF**
SERVPERF menentukan kualitas layanan dengan hanya melakukan pengukuran pada kinerja pelayanan. Dalam konsep ini, kinerja merupakan representasi paling baik dari persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diterima, dan dinyatakan pula bahwa harapan (*expectation*) bukan merupakan bagian dari konsep *SERVPERF* tersebut.

PEMBAHASAN

1. **Obyek Penelitian**
Obyek penelitian dalam penulisan ini mengambil obyek di perguruan tinggi UNIPDU Jombang dengan responden dalam sebagai konsumen adalah mahasiswa.
2. **Teknik Pengolahan dan Analisis Data**
Tahap-tahap yang digunakan dalam analisis data antara lain Tahap pertama yaitu Identifikasi atribut awal meliputi identifikasi persepsi pelanggan pada tiap atribut dan identifikasi tingkat kepentingan tiap atribut. Tahap kedua yaitu Menentukan keunggulan dan kelemahan layanan dengan analisis kwadran, meliputi menghitung jumlah kuesioner yang masuk, menguji keandalan, kesahihan butir dan kesesuaian responden, menentukan skor rata-rata tingkat kepuasan dan kepentingan, menjabarkan unsur tersebut ke dalam empat bagian diagram kartesius sesuai konsep *Servperf*. Berdasarkan diagram tersebut, bagian A menunjukkan faktor yang perlu diperhatikan.
3. **Pengolahan data**
 - a. **Pengumpulan data**
Penelitian ini dilakukan dengan responden adalah Mahasiswa pada Perguruan Tinggi UNIPDU Jombang. Dengan menggunakan kuisisioner terbuka, diperoleh atribut keinginan konsumen, beserta angka kepentingan dan angka kepuasannya, berdasarkan masing-masing karakteristik jasa, seperti pada tabel 1 sampai dengan 5.
 - b. **Pengolahan data Metode SERVPERF**
Berdasarkan perhitungan skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan dan tingkat kepentingan untuk masing-masing dimensi diperoleh hasil pada tabel 6.
Dengan membandingkan angka kepentingan dan angka kepuasan masing-masing atribut, dengan rata-rata angka kepentingan dan angka kepuasan berdasarkan karakteristik, akan diperoleh kualifikasi kualitas layanan dalam 4 kuadran seperti pada tabel 7.
Keempat kuadran tersebut mengandung pengertian sebagai berikut:

- Kuadran A, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun masih menunjukkan kinerja (kepuasan) yang rendah.
- Kuadran B, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan sudah menunjukkan kinerja (kepuasan) yang tinggi.
- Kuadran C, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah, serta masih menunjukkan kinerja (kepuasan) yang rendah.
- Kuadran D, menunjukkan daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah namun telah menunjukkan kinerja (kepuasan) yang tinggi.

4. Analisis

Berdasarkan hasil perhitungan dalam metode *Servperf*, atribut keinginan konsumen yang termasuk kedalam kuadran A (prioritas utama) adalah:

- Ketersediaan tempat ibadah (mushola).
- Kelengkapan sarana belajar mengajar
- Ketersediaan tempat parkir yang aman.
- Kedisiplinan waktu penyampaian materi yang sesuai dengan jadwal.
- Staf memberikan pelayanan sebaiknya sesuai dengan kondisi dan kemampuan dari pelanggan.
- Petugas memberikan informasi yang kepada anak didik.
- Kemampuan mentor dalam menyampaikan materi dengan baik.
- Penyampaian materi pelajaran dengan mantap.
- Selalu tanggap dengan apa yang diinginkan pelanggan.

Tabel 1. Atribut Kebutuhan Konsumen Karakteristik Tangibles

No	Atribut pelayanan	Angka kepentingan	Angka kepuasan
Tangibles			
1	fasilitas ruang Mahasiswa yang nyaman dan tertata bagus	3.52	3.49
2	Fasilitas keamanan yang memadai	2.93	3.58
3	Ketersediaan tempat ibadah (mushola)	3.51	2.90
4	Ketersediaan kantin yang bersih	3.15	3.01
5	Ketersediaan kamar mandi/toilet	3.49	3.51
6	Ketersediaan perpustakaan	3.12	3.51
7	Ketersediaan tempat minum gratis (dispenser air mineral) bagi Mahasiswa	3.12	3.12
8	Kelengkapan sarana belajar mengajar (white board, OHP, spidol)	3.48	3.12
9	Pegawai merupakan tenaga yang profesional	3.45	3.43
10	Ruangan yang bersih dan penerangan yang cukup	3.49	3.58
11	Kerapian dan kebersihan Dosen	3.01	3.54
12	Ketersediaan tempat parkir yang aman	3.46	2.96

Tabel 2. Atribut Kebutuhan Konsumen Dari Karakteristik Reliability

No	Atribut pelayanan	Angka kepentingan	Angka kepuasan
Reliability			
1	Pengajaran mempunyai pengalaman dan pengetahuan yang lebih	3.19	3.49
2	Pelayanan kepada Mahasiswa/pelanggan yang baik	3.69	3.54
3	Ketetapan waktu Dosen dalam mengajar	3.51	3.42
4	Kedisiplinan waktu penyampaian materi yang sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan	3.52	2.88
5	Kemampuan pengajar dalam mengajar	2.87	3.03
6	Mahasiswa menguasai materi sesuai dengan kurikulum sekolah	2.94	2.88

7	Mahasiswa Memiliki Kesiapan Untuk Menghadapi Ujian (UAS, Tugas Akhir)	3.48	3.43
8	Kemudahan administrasi keuangan bagi setiap Mahasiswa	3.00	2.90
9	Prosedur penerimaan anak didik yang mudah dan cepat	3.45	3.60
10	Pelayanan administrasi yang mudah	3.52	3.46

Tabel 3. Atribut Kebutuhan Konsumen Dari Karakteristik Responsiveness

No	Atribut pelayanan	Angka kepentingan	Angka kepuasan
<i>Responsiveness</i>			
1	Staf memberikan pelayanan sebaiknya sesuai dengan kondisi dan kemampuan dari pelanggan	3.51	3.10
2	Kesanggupan untuk memberikan pelayanan yang baik	3.03	2.93
3	Dosen mampu membantu belajar anak didik	3.54	3.48
4	Petugas memberikan informasi yang jelas kepada anak didik	3.55	2.97
5	Kemampuan Dosen dalam menyampaikan materi dengan baik	3.48	3.00
6	Ketepatan Dosen dalam menyampaikan materi sesuai dengan jadwal yang ditentukan	3.54	3.57

Tabel 4. Atribut Kebutuhan Konsumen Dari Karakteristik Assurance

No	Atribut pelayanan	Angka kepentingan	Angka kepuasan
<i>Assurance</i>			
1	Kemampuan dan kesopanan bagi staf maupun Dosen	3.49	3.48
2	Penyampaian materi pelajaran dengan mantap	3.57	3.07
3	Penguasaan Dosen akan materi pelajaran yang baik	3.55	3.55
4	Sikap Dosen dan staf yang ramah dan selalu siap membantu	3.48	3.15
5	Staf yang profesional dalam melayani anak didik	3.42	2.88

Tabel 5. Atribut Kebutuhan Konsumen Dari Karakteristik Empathy

No	Atribut pelayanan	Angka kepentingan	Angka kepuasan
<i>Empathy</i>			
1	Staf dan karyawan murah senyum	3.03	3.31
2	Tidak melakukan sesuatu hal yang kurang pantas dihadapan pelanggan	3.55	3.48
3	Selalu tanggap dengan apa yang diinginkan para pelanggan	3.46	3.09
4	Memberikan perhatian khusus kepada tiap anak didik	3.54	3.45
5	Pelayanan yang diberikan secara rata tanpa memandang status sosial dan lain-lainnya	3.15	3.51

Tabel 6. Skor Rata-Rata Tingkat Kepentingan/Kepuasan Berdasarkan Karakteristik

No	Karakteristik	Kepentingan	Kepuasan
1	<i>Tangibles</i>	3.31	3.31
2	<i>Reability</i>	3.32	3.26
3	<i>Responsives</i>	3.44	3.17
4	<i>Assurance</i>	3.50	3.45
5	<i>Empathy</i>	3.35	3.37

Tabel 7. Kualifikasi Kualitas Jasa Layanan

Kuadran A	Kuadran B
<p><i>Tangibles</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan tempat ibadah (mushola)(3) - Kelengkapan sarana belajar mengajar (8) - Ketersediaan tempat parkir yang aman(12) <p><i>Realiability</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kedisiplinan waktu penyampaian materi yang sesuai dengan jadwal yang ditentukan(4) <p><i>Responsiveness</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Staf memberikan pelayanan sebaiknya sesuai dengan kondisi dan kemampuan dari pelanggan(1) - Petugas memberikan informasi yang jelas kepada anak didik(4) - Kemampuan Dosen dalam menyampaikan materi dengan baik(5) <p><i>Assurance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Penyampaian materi pelajaran yang mantap(2) <p><i>Emphaty</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Selalu tanggap dengan apa yang diinginkan pelanggan(3) 	<p><i>Tangibles</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas ruang Mahasiswa yang nyaman dan tertata bagus(1) - Tersedia kamar mandi/toilet yang bersih (5) - Pegawai adalah tenaga yang profesional (9) - Ruangan yang bersih dan penerangan yang cukup <p><i>Realiability</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan kepada Mahasiswa/pelanggan dengan baik (2) - Ketetapan waktu Dosen dalam mengajar (3) - Mahasiswa Memiliki Kesiapan Untuk Menghadapi Ujian (UAS, Tugas Akhir)(7) - Prosedur penerimaan anak didik yang mudah dan cepat(9) - Pelayanan administrasi yang mudah(10) <p><i>Responsiveness</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Dosen mampu membantu belajar anak didik(3) - Ketepatan Dosen dalam menyampaikan materi sesuai dengan jadwal yang ditentukan(6) <p><i>Assurance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Penguasaan Dosen akan materi pelajaran yang baik(3) <p><i>Emphaty</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak melakukan sesuatu hal yang kurang pantas dihadapan pelanggan(2) - Memberikan perhatian khusus kepada tiap anak didik(4)
Kuadran C	Kuadran D
<p><i>Tangibels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan kantin yang bersih(4) - Ketersediaan tempat minum gratis (dispenser air mineral) bagi Mahasiswa didik(7) <p><i>Realiability</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan pengajar dalam mengajar(5) - Mahasiswa menguasai materi sesuai dengan kurikulum sekolah(6) - Kemudahan administrasi keuangan bagi setiap Mahasiswa(8) <p><i>Responsiveness</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kesanggupan untuk memberikan pelayanan yang baik(2) <p><i>Assurance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sikap Dosen dan staf yang yang ramah dan selalu siap membantu(4) - Staf yang profesional dalam melayani anak didik(5) <p><i>Emphaty</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Staf dan karyawan murah senyum (1) 	<p><i>Tangibels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas keamanan yang memadai(2) - Ketersediaan perpustakaan(6) - Kerapian dan kebersihan Dosen(11) <p><i>Realiability</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengajaran mempunyai pengalaman dan pengetahuan yang lebih(1) <p><i>Assurance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan dan kesopanan bagi staf maupun Dosen(1) <p><i>Emphaty</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan yang diberikan secara rata tanpa memandang status sosial dan lain-lainnya(5)

KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Metode *Servperf* dapat digunakan untuk menentukan focus perhatian dari permintaan konsumen, terutama untuk faktor yang penting namun belum memenuhi kepuasan.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dalam metode *Servperf*, atribut keinginan konsumen termasuk kedalam kuadran A (prioritas utama) yang menunjukkan bahwa daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun masih menunjukkan kinerja (kepuasan) yang kurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2001. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cohen, L. 1999. *How to Make QFD Work for You USA*: Addison Wesley.
- Marzuki. 2002. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: BPFE-UII.
- Nasution. M.N 2001. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prayitno, T. 2003. *Analisa Perencanaan dan Pengembangan Produk dengan Metode QFD dan Ditinjau dari Aspek Ergonomi*. Surakarta: Teknik Industri UMS.
- Raya, D.P. 2004. *Evaluasi Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk Almari dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. Surakarta: Teknik Industri UMS.
- Sallis, E. 2006. *Total Quality Manajemen In Education: Manajemen Mutu Pendidikan*. Yogyakarta: IRCISoD.
- Sutanto, Y., Singgih, M., Pawitra, T. 2004. *Peningkatan Kualitas Layanan di RSUD XX*. Surabaya: Teknik Industri Universitas Surabaya.
- Yamit, Z. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.

