

KUALITAS PELAYANAN ANTARA YANG DITERIMA DAN HARAPAN MAHASISWA (Kasus AKPER XYZ BOGOR)

Suharyanto¹⁾

Avid Inang Rum²⁾

^{1,2)}Program Studi Akuntansi Politeknik TEDC Bandung

E-mail: yanto_sy2008@yahoo.com

Abstrak

Perkembangan jumlah perguruan tinggi kesehatan mendorong adanya strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah mahasiswa dengan berbagai cara. Kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi kehandalan, kepekaan, jaminan, empati dan fisik, dapat dimanfaatkan untuk maksud tersebut. Dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner, dapat diketahui respon pendapat mahasiswa atas kualitas pelayanan yang diterima selama ini dan tingkat kepentingan (harapan) serta gap antara keduanya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, secara umum kualitas pelayanan yang diterima sudah memuaskan, namun masih terdapat kesenjangan dengan tingkat kepentingan (harapan) yang diinginkan oleh mahasiswa. Dari penggambaran menggunakan diagram Cartesius, terlihat titik-titik dimensi kualitas masih ada yang berada di luar kuadran I yang berarti dengan kata lain kualitas pelayanan yang diberikan masih perlu ditingkatkan lagi agar semakin sesuai dengan harapan mahasiswa.

Kata kunci: kualitas pelayanan, tingkat kepuasan, tingkat harapan, gap

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat akan pendidikan tinggi vokasi yang berkualitas dengan layanan yang baik mendorong berbagai yayasan pendidikan berlomba memberikan pelayanan yang lebih dibandingkan dengan lembaga pendidikan lainnya. Beberapa tahun belakangan ini di kabupaten Bogor, bermunculan lembaga pendidikan tinggi vokasi (khususnya Diploma-III), yang meningkat cukup pesat. Data dari Kopertis Wilayah IV tahun 2012 menunjukkan kondisi jumlah pendidikan tinggi keperawatan sebanyak 5 buah dengan jumlah mahasiswa yang ada lebih dari seribu mahasiswa. Keadaan ini mendorong adanya persaingan melalui pemberian pelayanan yang lebih baik atau berbeda dengan lembaga lainnya.

Pada awal tahun berdirinya, tahun akademik 2002/2003, Akademi Keperawatan (Akper) XYZ merupakan salah satu akademi kesehatan swasta pertama di wilayah Bogor. Selain itu hanya terdapat akademi (tepatnya Politeknik Kesehatan Depkes) di Bogor. Pertumbuhan kebutuhan akan layanan jasa pendidikan tinggi bidang kesehatan beberapa tahun belakangan ini meningkat cukup pesat, hal ini seiring dengan perkembangan masyarakat akan kesadaran pemeliharaan kesehatan pribadinya. Keadaan ini mendorong adanya persaingan bisnis diantara lembaga pendidikan tinggi kesehatan, dalam hal ini khususnya antar akademi keperawatan, akibat munculnya akademi-akademi/sekolah tinggi kesehatan baru.

Dengan persaingan yang cukup tajam ini mengakibatkan pihak penyelenggara pendidikan perlu untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan sampai pada tahap memuaskan mahasiswanya. Dengan adanya pilihan beberapa akper yang ada, calon mahasiswa dapat memilih akper mana yang dianggap lebih memberikan kepuasan pelayanan kepada mereka sebagai konsumen. Diharapkan pula dengan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa yang pada akhirnya dalam jangka panjang meningkatkan jumlah mahasiswa. Semakin meningkat persaingan perguruan tinggi, kualitas pelayanan menjadi penentu yang penting dari kepuasan mahasiswa (Young & Varbel, 1997). Akper XYZ merasa perlu untuk memanfaatkan hasil survey untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang sudah diberikan dapat memuaskan mahasiswanya atau belum. Oleh karena itu penelitian yang dilakukan berjudul: Kualitas Pelayanan, Antara Yang Diterima dan Harapan Mahasiswa (Kasus Akper XYZ).

1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang permasalahan seperti diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- Bagaimana kinerja kualitas pelayanan Akper XYZ yang diterima (dirasakan) oleh mahasiswa selama ini
- Bagaimana tingkat kepentingan (yang diharapkan) mahasiswa atas pelayanan yang diberikan oleh Akper XYZ
- Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Akper XYZ

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh hal-hal sebagai berikut:

- Mengetahui kinerja kualitas pelayanan Akper XYZ selama ini
- Mengetahui tingkat kepentingan (yang diharapkan) mahasiswa atas pelayanan yang diberikan oleh Akper XYZ
- Mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Akper XYZ

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan diselesaikannya penelitian ini dan diketahuinya kinerja kualitas pelayanan menurut mahasiswa, diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

- Mempermudah dalam perumusan kebijakan peningkatan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada mahasiswa Akper XYZ XYZ.
- Mendukung dalam pengembangan sistem saran yang bertujuan untuk memperbaiki sistem pelayanan pendidikan
- Dalam jangka panjang dapat mendukung usaha-usaha peningkatan pemasaran calon mahasiswa.

2. Tinjauan pustaka

2.1 Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan (*Kotler dan Keller, 2006*). Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berupa produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu untuk memproduksi dan memberi nilai tambah (kenyamanan, hiburan, kesenangan, kenyamanan atau kesehatan) yang secara esensial tak berwujud dihadapi oleh pembeli pertama (*Quinn dalam Zeithaml, 2006*).

Pendapat lain menurut *J. Supranto (1997)*, bahwa jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta konsumen lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Pendapat lain yang berbeda mengatakan bahwa jasa adalah aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contoh jasa reparasi, salon kecantikan, kursus keterampilan, hotel, rumah sakit dan lain-lain (*Tjiptono, 1996*).

Sedangkan pakar pemasaran internasional Philip Kotler mengatakan bahwa contoh jasa mencakup hasil kerja perusahaan penerbangan, hotel, sewa mobil, tukang cukur dan ahli kecantikan, orang yang melakukan perbaikan dan pemeliharaan, profesional yang bekerja dalam dan untuk perusahaan, seperti akuntan, pengacara, insinyur, dokter, pemogram software, konsultan manajemen (*Kotler, 2009*).

Pendapat lainnya yang mengatakan bahwa jasa sebagai produk menunjukkan cakupan yang luas dari penawaran produk tak berwujud dimana pelanggan menilai dan membelinya di pasar. Produk jasa dijual oleh perusahaan jasa dan bukan perusahaan jasa, seperti perusahaan manufaktur dan perusahaan teknologi (*Zeithaml, 2006*).

2.2 Karakteristik Jasa

Seperti sudah disebutkan sebelumnya bahwa jasa berbeda dengan barang, dengan perbedaan karakteristik sebagai berikut:

Table 2.1. Karakteristik Jasa

Barang	Jasa	Implikasi yang dihasilkan
Berwujud	Tidak berwujud	• Jasa tidak dapat disimpan • Jasa tidak dapat dipatenkan dengan mudah • Jasa tidak dapat siap dipajang atau dikomunikasikan • Penentuan harga sulit
Terstandarisasi	Heterogen	• Pengiriman jasa dan kepuasan pelanggan tergantung pada tindakan pekerja dan pelanggan • Kualitas jasa tergantung pada faktor-faktor yang tak terkontrol
Produksi terpisah dengan konsumsi	Produksi dan konsumsi bersamaan	Jasa tidak dapat disimpan
Tahan lama	Tidak tahan lama	

(Sumber: Lovelock, *Service Marketing*, 2004)

2.3. Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas produk untuk produk berupa barang berkembang sejak dulu. Menurut Crosby (1979) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan hal memenuhi persyaratan (*'conformance to requirements'*). Juran (1980) mengatakan bahwa kualitas adalah ketepatan dalam penggunaan (*'fitness for use'*), sedangkan Garvin (1983) mengukur kualitas produk dari sisi kegagalan internal dan kegagalan eksternal.

Teori tentang kualitas pelayanan jasa berkembang sejak tahun 80-an, dengan konsep terkenal SERVQUAL dari Parasuraman (Parasuraman et al., 1988). Terdiri dari dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*, yang didasarkan pada anggapan bahwa pelanggan menilai kualitas pelayanan atas dimensi tersebut tadi. Kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsinya atas kualitas pelayanan tersebut. Secara singkat pengertian dimensi kualitas pelayanan ini adalah:

- **Reliability**, merupakan kemampuan untuk menunjukkan layanan yang dijanjikan secara terikat dan tepat
- **Responsiveness**, merupakan kemauan untuk membantu konsumen dalam memenuhi layanan yg dijanjikan

- **Assurance**, merupakan pengetahuan akan hak-hak konsumen dan kemampuannya untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan konsumen
- **Empathy**, merupakan sifat memberikan perhatian dan memelihara yang diberikan secara individual kepada konsumen
- **Tangibles**, berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan bahan-bahan lainnya

2.3 Item-item SERVQUAL menurut Parasuraman (Parasuraman, 2005)

Item-item kualitas pelayanan ini mengalami perkembangan, dan pada tahun 2005 Parasuraman telah menguraikan dimensi kualitas pelayanan atas beberapa hal, yaitu:

Kehandalan (Reliability)

1. menyelenggarakan layanan seperti yang dijanjikan
2. ketidaktergantungan dalam menangani masalah-masalah pelayanan pelanggan
3. menghasilkan layanan secara tepat pada saat pertama kali
4. menyelenggarakan layanan pada waktu yang dijanjikan
5. mempertahankan pelanggan tentang kapan layanan akan diberikan

Kepekaan (Responsiveness)

6. menyampaikan layanan kepada pelanggan
7. kemauan untuk membantu pelanggan
8. kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan

Jaminan (Assurance)

9. pekerja yang menumbuhkan kepercayaan pelanggan
10. membuat pelanggan merasa aman dalam bertransaksi
11. pekerja yang secara konsisten sopan
12. pekerja yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan-2 pelanggan

Empati (Empathy)

13. memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan
14. pekerja yang bersepakat dengan pelanggan dalam mempertahankan tradisi
15. memberikan pelanggan dengan ketertarikan yang mendalam di hati
16. pekerja yang memahami kebutuhan pelanggannya

Perangkat (Tangibles)

17. peralatan yang digunakan modern
18. fasilitas yang menarik secara visual
19. pekerja yang terlihat rapi, penampilan profesional
20. bahan-bahan yang menarik secara visual yang berhubungan dengan layanan

21. jam-jam pelayanan yang tepat

Persepsi mahasiswa tentang kualitas pelayanan yang mereka terima dapat diukur setiap saat dan mereka bandingkan dengan harapan mereka (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985, 1988, 1991). Untuk melihat hubungan kepuasan dan tingkat kepentingan kualitas pelayanan yang ada, menurut J. Supranto, hubungan antara kualitas pelayanan yang diterima dan yang diharapkan ini dapat digambarkan hubungannya dalam suatu kurva Cartesius (Supranto, 2006).

3. Metoda penelitian

Dalam penelitian ini, unit penelitian adalah Akademi Keperawatan XYZ, yang berlokasi di Kabupaten Bogor. Data yang diperlukan diperoleh tahun 2010-2011 secara langsung dari responden mahasiswa, maupun dari pihak manajemen. Apabila dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat *deskriptif verifikatif*. Penelitian deskriptif ini menurut Malhotra "a type of conclusive research that has its major objective the descriptive of something, usually characteristics or functions". Sedangkan menurut Sugiyono, penelitian deskriptif adalah penelitian yang tujuan utamanya menggambarkan sesuatu dan biasanya karakteristik atau fungsi. Sedangkan penelitian verifikatif digunakan untuk meneliti hubungan variabel independen berupa kinerja kualitas pelayanan dan variabel dependen berupa kepuasan pelanggan (mahasiswa).

Langkah penelitian secara garis besar terdiri dari tiga bagian :

- Studi Pendahuluan (studi tentang latar belakang, perumusan masalah dan tujuan yang akan dicapai)
- Pengumpulan dan pengolahan data (penyusunan kuesioner, pengolahan data dan penyusunan kurva posisi kepuasan/kepentingan)
- Analisis dan penarikan kesimpulan

Dalam penelitian ini populasi merupakan mahasiswa Akper XYZ aktif yang tercatat pada tahun akademik 2010/11 dan kuesioner yang ada kemudian yang disebarakan secara *simple random sampling*.

Variabel dependen (kualitas pelayanan) ditentukan berupa aktivitas terkait dengan lima dimensi kualitas menurut Parasuraman (*reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible*), dan diuraikan ke dalam pertanyaan-pertanyaan dalam kelima dimensi tersebut, yaitu kehandalan (*reliability*) (X1), kepekaan (*responsiveness*) (X2), jaminan (*assurance*) (X3), empati (*empathy*) (X4)

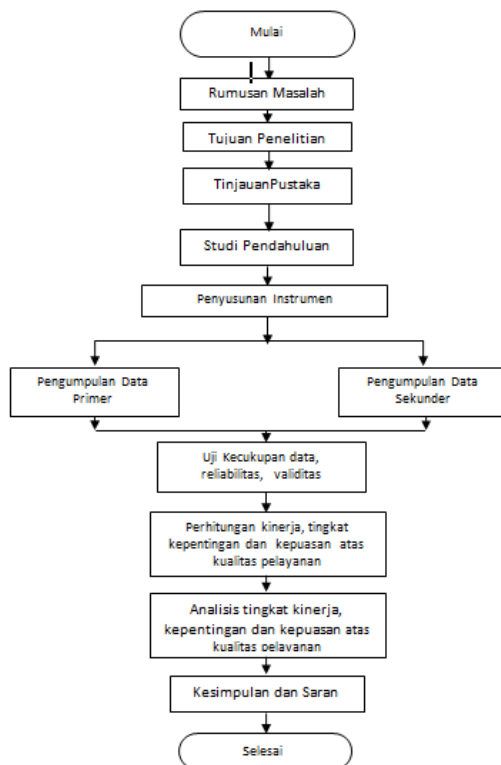
dan fasilitas yang terlihat (*tangible*) (X5). Kemudian dilakukan uji kecukupan data, uji reliabilitas dan validitas instrumen. Kemudian dihitung skor kinerja tingkat kualitas pelayanan yang diterima selama ini. Selanjutnya dihitung juga skor tingkat kepentingan (yang diharapkan) atas kualitas pelayanan yang ada. Untuk tingkat kepuasan dilihat dari gap (selisih) antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan tersebut. Jika selisih (gap) bernilai positif, atau kinerja melebihi tingkat kepentingan yang diharapkan, berarti sudah memuaskan dan jika sebaliknya bernilai negatif maka berarti masih belum memuaskan. Hubungan antara kualitas pelayanan yang diterima dan yang diharapkan ini kemudian digambarkan hubungannya dalam suatu kurva Cartesius (Supranto, 2006), dimana sumbu mendatar sebagai sumbu tingkat kepuasan dan sumbu vertikal sebagai sumbu tingkat kepentingan.

3.1 Operasionalisasi Variabel

Table 3.1. Operasionalisasi Variabel

Variabel/ sub variabel	Definisi operasional	Indikator	Satuan ukuran	Skala ukur	Kode kuesioner
Bebas Dimensi Kualitas Pelayanan	Kinerja berbagai factor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan atas pelayanan jasa yang diterimanya, terdiri atas kehandalan (reliability), kepekaan (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), perangkat yang terlihat (tangible)				
Kehandalan (reliability)	1. menyelenggarakan layanan pendidikan seperti yang dijanjikan	Tingkatan layanan	ordinal	1	
	2. ketidaktergantungan dalam menangani masalah pelayanan mahasiswa	Tingkatan ketidaktergantungan	ordinal	2	
	3. menghasilkan layanan pendidikan secara tepat pada saat pertama kali	Tingkatan layanan	ordinal	3	
	4. menyelenggarakan layanan pada waktu yang dijanjikan	Ketepatan waktu layanan	ordinal	4	
	5. memastikan pelanggan kapan layanan akan diberikan	Tingkatan Kepastian layanan	ordinal	5	
Kepekaan (responsiveness)	6. kecepatan menyampaikan layanan kepada mahasiswa	Tingkatan kecepatan	ordinal	6	
	7. kemauan membantu mahasiswa	Tingkatan kemauan	ordinal	7	
	8. kesiapan menanggapi permintaan/keluhan mahasiswa	Tingkatan ketanggapan	ordinal	8	
Jaminan (assurance)	9. dosen dan karyawan menumbuhkan kepercayaan mahasiswa	Tingkatan kepercayaan	ordinal	9	
	10. memastikan mahasiswa aman dalam kuliah	Tingkatan keamanan	ordinal	10	
	11. dosen dan karyawan yang konsisten sopan dalam melayani	Tingkatan kesopanan	ordinal	11	
	12. dosen dan karyawan yang memiliki pengetahuan menjawab pertanyaan-2 mahasiswa	Tingkatan pengetahuan	ordinal	12	

Empati (empathy)	13. perhatian secara pribadi kepada mahasiswa	Tingkatan perhatian	ordinal	13
	14. dosen dan karyawan mempertahankan tradisi baik saat berhadapan dengan mahasiswa	Tingkatan tradisi	ordinal	14
	15. memberikan daya tarik mendalam di hati mahasiswa	Tingkatan daya tarik	ordinal	15
	16. dosen dan karyawan memahami kebutuhan mahasiswa	Tingkatan pemahaman	ordinal	16
Fasilitas yang terlihat (tangibles)	17. peralatan kuliah dan praktikum yang digunakan modern	Tingkatan modern	ordinal	17
	18. fasilitas yang menarik secara visual	Tingkatan daya tarik visual	ordinal	18
	19. dosen dan karyawan yang bekerja profesional	Tingkatan keprofesionalan	ordinal	19
	20. lulusan yang meyakinkan/ menarik secara visual	Tingkatan daya tarik visual	ordinal	20
	21. lama waktu perkuliahan yang tepat	Tingkatan ketepatan	ordinal	21



Gambar 3.1 Diagram alir Langkah Pemecahan Masalah

Untuk analisis dalam melihat hubungan kepuasan dan tingkat kepentingan kualitas pelayanan yang ada, menurut J. Supranto, hubungan antara kualitas pelayanan yang diterima dan yang diharapkan ini dapat digambarkan hubungannya dalam suatu kurva Cartesius (Supranto, 2006), dimana sumbu mendatar sebagai sumbu tingkat

kepuasan dan sumbu vertikal sebagai sumbu tingkat kepentingan. Secara singkat bagan alir penyelesaian masalah penelitian ini digambarkan pada gambar 3.1.

4. Hasil penelitian dan analisis

Dalam penelitian ini, dikumpulkan data berupa jawaban responden atas kinerja kualitas pelayanan dan data jawaban responden atas pertanyaan tingkat kepentingan (yang diharapkan) atas kualitas pelayanan yang telah diterimanya. Adapun sampel berasal dari responden ditentukan dari 40 kuesioner yang dikembalikan dan benar sejumlah 39 buah, yang berasal dari populasi mahasiswa aktif tahun akademik 2010/11 sejumlah 55 mahasiswa. Dari uji kecukupan data, jumlah 39 ini sudah memenuhi syarat (hasil uji, minimal 37 buah).

Dari perhitungan uji kecukupan data:

$$n \geq \frac{(z_{\alpha/2})^2}{e^2} \cdot p \cdot q$$

dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5% akan diperoleh $z_{\alpha/2}=1,96$, sehingga $p(\text{proporsi kuesioner yg benar})=39/40=97,5\%$ dan $q(\text{proporsi kuesioner yg salah})=1/40=2,5\%$ sehingga n dihitung sebagai berikut:

$$n \geq \frac{(1,96)^2}{(0,05)^2} \cdot (97,5\%) \cdot (2,5\%)$$

karena $n \geq 37,45 \approx 37$ jadi kuesioner yang ada telah mencukupi.

4.1. Kinerja Kualitas Pelayanan

Dari hasil kuesioner yang telah disebar, diperoleh data jawaban responden berupa kinerja (yang diterima) dan tingkat harapan (yang diharapkan) kualitas pelayanan Akper XYZ yang terdiri dari unsur kehandalan (reliability), kepekaan (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan fisik (tangible). Tabulasi data kinerja dan tingkat kepentingan ini dapat dilihat dalam pembahasan sebagai berikut:

Tabel 4.1. Skor Rata-rata Variabel Kinerja (Kualitas Pelayanan yang Diterima)

No	Variabel kualitas pelayanan	Skor rata-rata	Keterangan
1	Kehandalan (reliabilitas)	3,95	Baik
2	Kepekaan (responsiveness)	3,91	Baik
3	Jaminan (assurance)	3,99	Baik/tertinggi
4	Empati (empathy)	3,86	Baik
5	Fisik (tangible)	3,89	Baik
	Rata-rata total	3,92	Baik

Tabel 4.2 Skor Kinerja (Yang diterima) dan Tingkat Kepentingan (Yang Diharapkan) Kualitas Pelayanan

Kinerja kualitas pelayanan (yg diterima)			Tingkat Kepentingan (yg diharapkan)		
Nomor item pertanyaan	Skor	Keterangan	Nomor item pertanyaan	Skor	Keterangan
1	3,85		1	4,21	
2	3,87		2	4,28	
3	3,87		3	4,23	
4	3,97		4	4,38	
5	4,18	Tertinggi	5	4,31	
6	4,03		6	4,15	Terendah
7	3,79		7	4,21	
8	3,90		8	4,13	
9	4,05		9	4,44	Tertinggi
10	3,95		10	4,36	
11	3,90		11	4,23	
12	4,08		12	4,36	
13	4,18	Tertinggi	13	4,38	
14	3,77		14	4,26	
15	3,82		15	4,21	
16	3,67	Terendah	16	4,21	
17	3,69		17	4,28	
18	3,87		18	4,26	
19	3,97		19	4,31	
20	3,92		20	4,21	
21	4,00		21	4,28	

4.2. Analisis

Dilihat secara umum, kinerja kualitas pelayanan Akper XYZ, walaupun bervariasi, memiliki skor rata-rata baik. Dari data diatas, terlihat bahwa responden berpendapat bahwa skor tertinggi untuk variabel jaminan (3,99). Hal ini berarti bahwa jaminan (assurance) dianggap/ dirasakan/ dipersepsikan paling baik diantara dimensi kualitas pelayanan lainnya. Sedangkan skor terendah untuk item pertanyaan empati, dengan skor hanya mencapai (3,86). Ini berarti bahwa dimensi empati dianggap/dirasakan/ dipersepsikan paling buruk diantara dimensi kualitas pelayanan lainnya, walaupun nilai relatifnya masih baik. Dengan demikian maka perlu dirumuskan kembali berbagai macam bentuk program untuk memperbaiki empati terhadap mahasiswa, terutama pada saat mahasiswa memerlukan bantuan di saat mengalami kesulitan.

Tabel 4.3. Skor Rata-rata Variabel Tingkat Kepentingan(Kualitas Pelayanan Yang Diharapkan)

No	Variabel kualitas pelayanan	Skor rata-rata	Keterangan
1	Kehandalan (reliabilitas)	4,28	
2	Kepekaan (responsiveness)	4,16	Terendah
3	Jaminan (assurance)	4,35	Tertinggi
4	Empati (empathy)	4,26	
5	Fisik (tangible)	4,27	
	Rata-rata total	4,26	

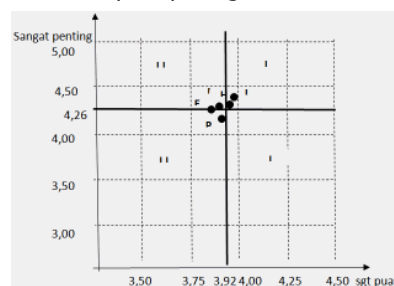
Dilihat secara umum, tingkat kepentingan kualitas pelayanan Akper XYZ, memiliki skor rata-rata 4,26. Angka ini menunjukkan bahwa harapan akan kualitas pelayanan cukup tinggi (penting). Juga terlihat bahwa responden berpendapat bahwa skor

tertinggi untuk variabel jaminan (4,35). Hal ini berarti bahwa dimensi jaminan memiliki tingkat kepentingan (harapan) tertinggi diantara dimensi lainnya. Sedangkan skor terendah dicapai untuk item pertanyaan empati, dengan skor hanya mencapai (4,16). Hal ini berarti bahwa mahasiswa berharap dimensi jaminan (assurance) paling penting diantara dimensi lainnya. Dan dimensi kepekaan paling tidak penting diantara dimensi lainnya.

Tabel 4.4. Tingkat Kepuasan (Gap atau Selisih Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan) Kualitas Pelayanan

No	Variabel kualitas pelayanan	Skor kinerja (yang diterima)	Skor tingkat kepentingan (yang diharapkan)	Tingkat kinerja/Tkt Kepentingan (yg diharapkan)	Selisih Tingkat kinerja-Tkt Kepentingan
1	Kehandalan (reliabilitas)	3,95	4,28	92%	-0,33
2	Kepekaan (responsiveness)	3,91	4,16	94%	-0,25
3	Jaminan (assurance)	3,99	4,35	92%	-0,36
4	Empati (empathy)	3,86	4,26	91%	-0,40
5	Fisik (tangible)	3,89	4,27	91%	-0,38
	Rata-rata total	3,92	4,26	92%	-0,34

Secara umum, nilai perbandingan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan kualitas pelayanan Akper XYZ, rata-rata mencapai 92%. Angka ini menunjukkan bahwa kinerja (yang diterima) kualitas pelayanan masih belum memenuhi seluruh (100%) tingkat kepentingan (harapan) mahasiswa, namun nilainya sudah bagus (92%). Jika dilihat dari angka selisih tingkat kinerja (yang diterima) dan tingkat kepentingan (harapan), semua dimensi menunjukkan nilai negatif (-0,40 s.d -0,25) atau rata-rata -0,34. Dari nilai ini terlihat bahwa responden berpendapat semua dimensi kualitas pelayanan yang diterima secara umum mendekati kepuasan mereka, namun masih belum memuaskan secara sempurna, walaupun hanya berselisih sedikit dengan yang diharapkan. Hubungan antara tingkat kinerja dan tingkat harapan kualitas pelayanan ini dapat digambar dengan suatu kurva Cartesius seperti pada gambar 4.1. berikut ini.



Gambar 4.1. Tingkat Kepuasan dan Tingkat Harapan (Kepentingan) Kualitas Pelayanan

Dari grafik hubungan tingkat kepuasan dan kepentingan kualitas pelayanan diatas, dapat dilihat bahwa untuk rata-rata tingkat kepuasan semua dimensi berada pada nilai 3,92 (puas), dan tingkat kepentingan rata-rata 4,26 (penting+). Hal ini berarti bahwa walaupun secara umum mahasiswa puas atas berbagai hal yang terkait dengan pelayanan yang harus mereka terima. Namun di sisi lain, masih terdapat kesenjangan (gap) dengan harapan mereka yang lebih tinggi dari yang telah mereka terima saat ini, dengan skor 4,26. Oleh sebab itu pihak manajemen Akper XYZ masih harus dapat meningkatkan lagi aspek dimensi kualitas pelayanan, sehingga akan lebih memperkecil lagi gap ini, khususnya gap yang terbesar agar menjadi prioritas.

Sedangkan jika dilihat dari masing-masing dimensi kualitas pelayanan terlihat sebagai berikut:

- Keandalan (H) berada pada kuadran-I, berarti tingkat kepuasan diatas rata-rata dan tingkat kepentingan diatas rata-rata yang diharapkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa dimensi keandalan sudah baik dan perlu dipertahankan.
- Kepekaan (P), tingkat kepuasannya berada pada kuadran III dengan kepuasan dekat garis pembatas kuadran-III dan IV dan tingkat kepentingan di bawah sedikit tingkat rata-rata kepentingan yang diharapkan. Hal ini berarti bahwa dimensi kepekaan sudah cukup memuaskan, namun masih perlu ditingkatkan lagi, mengingat masih di bawah tingkat kepentingan yang diharapkan.
- Jaminan (J) berada pada kuadran-I, berarti tingkat kepuasan yang diterima sudah baik dan tingkat kepentingan diatas garis rata-rata yang diharapkan. Keadaan ini harus dipertahankan.
- Empati (E), tingkat kepentingan yang diharapkan berada pada batas kuadran II dan III dan untuk tingkat kepuasan berada di sebelah kiri rata-rata. Hal ini berarti bahwa kepuasan mahasiswa di bawah rata-rata dan masih perlu ditingkatkan serta tingkat kepentingan pada batas rata-rata yang diharapkan
- Bukti fisik (F) tingkat kepuasan berada pada kuadran III, hal ini berarti tingkat kepuasan yang diterima masih kurang dan harus bisa ditingkatkan lagi. Sedangkan tingkat kepentingan sudah diatas garis rata-rata yang diharapkan

Dengan demikian maka pihak manajemen Akper XYZ sebaiknya tetap terus melakukan upaya-upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa. Pada akhirnya diharapkan akan tercipta suatu keadaan dimana dimensi kualitas pelayanan yang diterima dan dirasakan oleh mahasiswa memenuhi harapan mereka, sehingga timbul kepuasan. Usaha-usaha yang dapat dilakukan misalnya dengan memperbaiki kembali pelayanan dari aspek:

- keandalan (reliability), dengan meningkatkan kelengkapan dan kualitas fasilitas belajar, peralatan laboratorium, maupun dosen dan staf dalam memberikan/melakukan proses belajar mengajar.
- kepekaan (responsiveness), dengan memperbaiki kepekaan staf maupun pimpinan serta dosen terhadap mahasiswa, khususnya terutama pada saat mahasiswa mengalami kesulitan atau hambatan dalam dan selama belajar di Akper XYZ.
- jaminan (assurance), dengan meningkatkan lagi jaminan atas proses pendidikan agar mahasiswa dapat merasa yakin atas proses belajarnya di Akper Al-Ikhlas, berupa jaminan atas kemampuan dosen dan staf serta proses belajar yang tepat dan sesuai dengan seharusnya atau jaminan atas siap kerja atau mudah mendapatkan pekerjaan.
- empati (empathy) masih dapat ditingkatkan lagi dengan memperbaiki sikap, perilaku para staf, dosen dan pimpinan terutama dalam menangani mahasiswa dengan kesulitan atau hambatan. Bisa dilakukan dengan memberikan pelatihan 'personality' misalnya atau bentuk-bentuk lainnya.
- fisik (tangible) dapat dilakukan dengan melakukan perbaikan berbagai fasilitas fisik proses belajar mengajar, segera mengganti peralatan yang sudah lama, rusak atau melengkapi (mengadakan) peralatan yang belum ada.

5. Kesimpulan dan saran

5.1. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan terkait dengan penelitian ini yaitu:

1. Penilaian mahasiswa terhadap kinerja kualitas pelayanan (yang telah diberikan) selama ini oleh Akper XYZ menunjukkan bahwa rata-rata baik, ditunjukkan dengan skor rata-rata 3,92. Skor tertinggi diberikan untuk dimensi jaminan (assurance) dengan skor 3,9, dan skor terendah untuk empati dengan skor 3,86.
2. Tingkat kepentingan (harapan) mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan oleh Akper

XYZ menunjukkan bahwa mereka masih mengharapkan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari yang mereka terima selama ini, hal ini ditunjukkan dengan skor rata-rata 4,26. Skor kepentingan tertinggi diberikan untuk dimensi jaminan (assurance) 4,35, dan skor terendah untuk kepekaan (skor 4,16).

3. Tingkat kepuasan mahasiswa atas kualitas pelayanan secara umum memuaskan, walaupun masih ada selisih sedikit dari yang mereka harapkan. Hal ini bisa dilihat dari perbandingan tingkat kinerja terhadap tingkat kepentingan, dengan persentase 92%. Sedangkan jika dilihat dari selisih kinerja dengan tingkat harapan mereka masih ada selisih negatif sekitar -0,34.

5.2. Saran

Sebagai tindak lanjut awal setelah melihat hasil survai ini kami menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Selama ini walaupun tingkat kepuasan mahasiswa puas, namun masih ada kesenjangan dengan harapan mereka. Untuk itu masih diperlukan perbaikan-perbaikan berbagai aspek (dimensi) kualitas pelayanan
2. Sehubungan dengan peningkatan persaingan berbagai perguruan tinggi, khususnya bidang kesehatan, Akper XYZ masih dapat meningkatkan pelayanan terhadap mahasiswa. Untuk memonitor hasil perbaikannya, dapat dilakukan survai secara rutin/berulang
3. Di waktu mendatang masih dapat juga dilakukan penelitian lain yang dapat mendukung peningkatan pelayanan maupun aspek lain untuk mendukung peningkatan jumlah mahasiswa Akper XYZ.

Daftar Pustaka

- [1] Aaker, David A., Kumar, V., Day, George S., 2007. Marketing Research. New Jersey : John Wiley International.
- [2] Cooper, Donald. R., Schindler, Pamela S., 2008. Business Research Methods, New York : Mc. Graw Hill International, 10th ed.
- [3] Fogly, Lawrence, 2006. Customer Service Delivery, San Francisco: Jossey Bass (Wiley Imprint), 1st edition.
- [4] Greener, Sue. 2008. Business Research Methods, Ventus Publishing ApsS
- [5] Kolb, Bonita, 2008. Marketing Research for Non-Profit, Community and Creative

Organization, Burlington, MA.: Buuterwoth-Heinemann (Elsevier).

- [6] Kottler, Philip., Keller, Kevin Lane, 2007. Manajemen Pemasaran (Terjemahan), Jakarta: PT Indeks, edisi 12.
- [7] Kottler, Philip., Keller, Kevin Lane, 2009. Marketing Management, New Jersey: Pearson Education International, Int'l Edition, 13th ed.
- [8] Lovelock, Christopher and Weird, Jochen, 2004. Services Marketing, New Jersey: Pearson International Edition, 5 ed.
- [9] Schiffman, Leon G. and Kanuk, Lezie Lazar, 2007. Consumer Behavior, New Jersey: Pearson International Edition, 9th ed.
- [10] Shukla, Paurav, 2008. Essential of Marketing Research, India: Paurav Shukla & Ventus Publishing.
- [11] Sugiyono, 2009. Statistik untuk Penelitian, Bandung : Penerbit Alfabeta, cetakan ke-15.
- [12] Supranto, J., 2008. Statistik, Teori dan Aplikasi, Jakarta: Penerbit Erlangga, edisi ke-7.
- [13] Ghazali, Faizah, *Faktor Quality Perkhidmatan Institusi Pendidikan Tinggi Swasta Malaysia dan Kaitannya dengan Kepuasan Konsumer*, Tesis, University Putra Malaysia, 2008
- [14] Ismail, Abidin, *Service Attributes of Graduate Research Students' Need in Malaysian University*. Journal of International Social Research, Vol 2 No.2, 2009
- [15] Ong, Wee Ming, Nankervis, Alan, *Services Quality in Higher Education in Malayasia and Australia*, Integrative Business and Economics Research, Vo1,
- [16] Shahin, Samea, *Developing the Models of Service Quality Gaps, As Critial Discussion*, Journal of Business Management and Strategy, Vol 1 No. 1, 2010.