Sutiono, Ifham Choli, Jumira Warlizasusi

by Survei Kepuasan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Ter Marliza Oktapiani,

Submission date: 11-May-2023 07:06PM (UTC+0700)
Submission ID: 2090337025
File name: 1495-3752-1-PB.pdf (649.53K)
Word count: 5456
Character count: 35979

Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam, VOL: 10/NO: 02 Agustus 2021 **P-ISSN: 2614-4018**
DOI: 10.30868/ei.v10i02.1495 **E-ISSN: 2614-8846**

Survei Kepuasan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Terhadap Kualitas Pelayanan Pendidikan dengan Pendekatan *Service Quality*

Marliza Oktapiani[1], Sutiono[1], Ifham Choli[1], Jumira Warlizasusi[2]
Universitas Islam As-Syafi'iyah[1]
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup[2]

*Korespodensi: marlizaliza78@yahoo.com, marlizaoktapiani.fai@uia.ac.id

ABSTRACT

Quality improvement is becoming increasingly important for institutions that are used to gain better control through their own efforts. Quality is a differentiating factor for an institution. Focus on customers which incidentally is the core point of a quality which is one of the effective ways to face the competition and survive in it. The survey was conducted to determine the level of student satisfaction in contributing positive thoughts to the Faculty of Islamic Religion, As-Syafi'iyah Islamic University in realizing an institution that prioritizes Science and Religion. In survey research on satisfaction with the quality of education services at the Faculty of Islamic Religion, As-syafi'iyah Islamic University with a quantitative approach. The population in this study amounted to 249 students consisting of three study programs, namely the Islamic Broadcasting Communication Study Program, the Islamic Religious Education Study Program and the Islamic Banking Study Program. The results of this study indicate that the index of student satisfaction with educational services at the Faculty of Islamic Religion, As-syafi'iyah Islamic University as a whole is included in the achievement of being satisfied with the satisfaction index located on the Assurance dimension with a figure of 52% and the lowest is the dimension of Assurance. Physical Evidence of Service (Tangible) with a figure of 40%. If averaged, the results of the study as a whole show that the student satisfaction index is included in the achievement of quite satisfied to satisfied

Keyword: *Customer Satisfaction, Service Quality, Education Service*

ABSTRAK

Peningkatan mutu menjadi semakin penting bagi institusi yang digunakan untuk memperoleh kontrol yang lebih baik melalui usahanya sendiri. Mutu menjadi faktor pembeda bagi sebuah institusi. Fokus terhadap pelanggan yang notabene merupakan poin inti dari sebuah mutu yang merupakan salah satu cara efektif dalam menghadapi kompetisi dan bertahan didalamnya. Survei yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa dalam memberikan sumbangan pemikiran yang positif bagi Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-Syafi'iyah dalam mewujudkan institusi yang mengedepankan Ilmu dan Agama. Pada penelitian survei kepuasan terhadap kualitas pelayanan pendidikan di Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-syafi'iyah dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 249 mahasiswa yang terdiri dari tiga program studi yaitu Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Program Studi Pendidikan Agama Islam dan Program Studi Perbankan Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa indeks kepuasan mahasiswa terhadap layanan pendidikan di Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-syafi'iyah secara keseluruhan adalah termasuk dalam pencapaian puas dengan indeks kepuasan terletak pada dimensi Kepastian (*Assurance*) dengan angka 52% dan yang paling rendah adalah dimensi bukti Fisik Layanan (*Tangible*) dengan angka 40%. Jika dirata-ratakan maka hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan indeks kepuasan mahasiswa adalah termasuk dalam pencapaian cukup puas hingga puas.

Keyword: Kepuasan Pelanggan, *Service Quality*, Pelayanan Pendidikan

PENDAHULUAN

Bagi setiap institusi, mutu adalah agenda utama dan meningkatkan mutu merupakan tugas yang paling penting. Organisasi-organisasi terbaik, baik milik pemerintah maupun swasta, memahami mutu dan mengetahui rahasianya. Menemukan sumber mutu adalah sebuah petualangan yang penting. Pelaku-pelaku dunia pendidikan menyadari keharusan mereka untuk meraih mutu tersebut dan menyampaikannya pada pelajar dan anak didik. Organisasi-organisasi yang menganggap serius pencapaian mutu, memahami bahwa sebagian besar rahasia mutu berakar dari mendengar dan merespon secara simpatik terhadap kebutuhan dan keinginan para pelanggan dan klien. Meraih mutu melibatkan keharusan melakukan segala hal dengan baik dan institusi harus memposisikan pelanggan secara tepat dan proporsional agar mutu tersebut bisa dicapai (Edward Sallis:2008).

Pendidikan adalah sebuah proses pengembangan sumber daya manusia. Tujuan pendidikan bukan hanya untuk mengembangkan ilmu, tetapi juga akhlaq dan kepemimpinan. Karenanya kemampuan berkomunikasi dan membentuk jaringan nilai-nilai perlu dikembangkan di dalam proses pendidikan, sehingga manusia produk pendidikan memiliki potensi dan kemampuan untuk membangun masa depan umat manusia (uia.ac.id)

Universitas Islam As-Syafi'iyah sebagai perguruan Tinggi yang bernafaskan Islam mempunyai tugas dan tanggung jawab yang tinggi dalam menjalankan misi pendidikan. Universitas Islam As-Syafi'iyah harus mampu merebut dan memegang kepercayaan masyarakat sebagai lembaga yang mampu menyiapkan sumber daya manusia yang berkualitas, yang terpadu Ilmu dan Agama serta menampilkan keberadaannya sebagai komunitas moral, komunitas intelektual dan komunitas profesional di tengah masyarakat, bangsa, dan Negara. Sistem pendidikan Universitas Islam As-Syafi'iyah dituntut untuk mengandung 3 (tiga) komponen utama, yaitu Keunggulan Ilmu, Kapabilitas menjadi pemimpin dan kemuliaan akhlaq. Dan akhirnya, lulusan Universitas Islam As-Syafi'iyah diharapkan memiliki gabungan dari keunggulan ilmu, kepemimpinan serta kemuliaan akhlaq sehingga memiliki motivasi yang tinggi untuk berjuang demi kemajuan ummat, bangsa dan Negara.

Menghadapi era globalisasi dan perdagangan bebas sekarang ini, mau tidak mau, suka tidak suka Universitas Islam As-Syafi'iyah harus mempersiapkan diri. Universitas Islam As-Syafi'iyah harus menerima kenyataan dalam menghadapi tuntutan zaman, yaitu kebutuhan akan tenaga-tenaga yang profesional dan berdedikasi tinggi, menguasi ilmu pengetahuan dan teknologi serta system pendidikan di Universitas Islam As-Syafi'iyah dirancang sedemikian rupa agar mahasiswa mempunyai sifat dan sikap yang antisipatif dan responsif terhadap perkembangan keadaan. Adapun nilai-nilai yang mendasari rancang bangun system pendidikan ini tercermin dalam 3 (tiga) orientasi pendidikan, yaitu: Keterpaduan Ilmu dan Agama, Menciptakan lulusan yang

berjiwa mandiri serta Pemihakan terhadap kaum dhu'afa.

Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-Syafi'iyah (FAI-UIA) merupakan fakultas tertua di lingkungan UIA, didirikan pada tahun 1965. Pada tahun 1998 FAI-UIA telah diakreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional (BAN-PT) dengan predikat terbaik di lingkungan Kopertais Wilayah I DKI Jakarta. Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-Syafi'iyah bertujuan melahirkan alumni yang mempunyai keahlian dan wawasan keislaman khususnya dalam bidang Dakwah, Pemikiran Islam, Pendidikan Agama Islam (Tarbiyah) dan Perbankan Syariah, yang bertakwa kepada Allah SWT dan berakhlakul karimah, berdedikasi terhadap pembangunan agama, bangsa dan negara Republik Indonesia, mempunyai sikap mandiri, profesional dan bertanggung jawab, serta berpihak kepada kaum dhuafa.

Visi, misi, sasaran dan tujuan Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-syafi'iyah disusun berdasarkan kekuatan yang dimiliki oleh Fakultas dalam mewujudkan Tridharma Perguruan Tinggi, serta kompetensi lulusan, dengan tidak melupakan tata nilai dan ciri-ciri khas institusi/kelembagaan Universitas Islam As-Syafi'iyah , maupun ciri khas program studi. Visi, misi, tujuan dan sasaran Fakultas Agama Islam ini merujuk pada Institusi pendidikan yang unggul di Tingkat nasional dan Internasional, menjadi pusat Kajian, Pengembang dan pengamalan Agama, Ilmu pengetahuan dan Teknologi serta Sumber daya insani pada tahun 2030 serta misi yang Melaksanakan Proses Pendidikan yang Berbasis pada Pengintegrasian ilmu dan Agama, membangun *Reserch Comunity* sebagai dasar pengembangan sain dan Teknologi yang melahirkan sumber daya Insani yang mampu memecahkan masalah nasional dan global serta mampu memanfaatkan Ilmu dan Teknologi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melaksanakan pengabdian kepada masyarakat sebagai wujud sosial dalam memelihara dan mengembangkan peradaban yang Islami, menyelenggarakan Tata kelola Universitas yang transparan, Akuntable dan mandiri.

Mewujudkan visi dan misi fakultas perlu mendapatkan perhatian dengan cara mengutamakan aspek kepuasan pelanggan, dalam hal ini yaitu mahasiswa dilingkungan Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-syafi'iyah. Dengan segala perhatian yang terpusatkan kepada kepuasan mahasiswa perlu juga didasari dengan dasar tantangan dalam era globalisasi. Oleh karena itu, perlu mendapatkan informasi mengenai survey yang menjawab kepuasan mahasiswa dalam mengembangkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang ada di fakultas secara terus menerus, berkesinambungan dan menunjang perubahan zaman.

Hasil Survei yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa dalam memberikan sumbangan pemikiran yang positif bagi Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-Syafi'iyah dalam mewujudkan institusi yang mengedepankan Ilmu dan Agama. Untuk mewujudkan dan mencapai visi dan misi tersebut, perlu adanya

pengukuran proses pelayanan yang baik kepada mahasiwa sebagai pengguna jasa pendidikan di Lingkungan Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-syafi'iyah, Sebagai bahan evaluasi ketika adanya hasil yang dapat dipantau serta diukur ketercapaian kepuasan pelanggan yang merupakan langkah perbaikan mutu untuk ditindaklanjuti sebagai tindakan korektif atau penyempurnaan jasa atau sebuah pelayanan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kotler (2002) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Engel et al. (1990) dalam Tjiptono (2000) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan/ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja/ hasil yang diterimanya. Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga. Tjiptono (2002) mengungkapkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula (Tjiptono, 2000). Kotler (2002) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah.

Hal ini berkaitan dengan tingkat kepuasan karyawan atau yang biasa disebut kepuasan kerja terhadap perusahaan dan pekerjaannya. Apabila seorang karyawan tidak puas dengan pekerjaan yang diberikan ataupun terhadap kondisi lingkungan perusahaan maka karyawan tersebut tentunya tidak mampu memberikan pelayanan serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Bulgarella (2005) menyatakan bahwa karyawan yang berinteraksi dengan konsumen/ pelanggan berada dalam posisi untuk membangun kesadaran dan respon kepada tujuan dan kebutuhan konsumen/pelanggan. Memberi kepuasan kepada karyawan memiliki energi yang tinggi dan kemauan bagi mereka untuk memberikan pelayanan yang baik, sehingga mereka akan memberikan pandangan yang positif tentang barang/jasa yang tersedia. Karyawan yang merasa terpuaskan akan memiliki sumber emosional yang cukup untuk menunjukkan empati, pengertian, respek, dan perhatian kepada pelanggan. Robbins (2006) menyatakan bahwa karyawan yang puas akan mampu meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Hal ini terjadi karena dalam organisasi jasa, kesetiaan dan ketidaksetiaan pelanggan sangat tergantung pada cara karyawan berhubungan dengan pelanggan. Karyawan yang puas lebih ramah, ceria, responsif-yang dihargai pelanggan. Karyawan yang puas memiliki kemungkinan kecil untuk mengundurkan diri, sehingga pelanggan lebih sering menjumpai wajah-wajah akrab dan menerima layanan yang berpengalaman. Ciri-ciri

tersebut membangun kepuasan dan kesetiaan pelanggan

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan menurut pendapat Parasuraman, et al. (dalam Purnama,2006: 19) merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan. Parasuraman, et al. (dalam Purnama, 2006: 22) lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan yaitu Bukti Fisik (tangibles), Keadaan (realiability), Daya Tanggap (responsiveness), Jaminan (assurance), dan Empati (empathy).

Menurut Ellitan dalam Marianah (2012) bahwa memberikan pelayanan-pelayanan unggul merupakan sebuah strategi yang menang karena menghasilkan lebih banyak pelanggan baru, lebih sedikit kehilanganpelanggan, lebih banyak penyekatan dari persaingan harga dan lebih sedikit kesalahan yang membutuhkan kinerja pelayanan. Pelayanan merupakan komponen nilai pokok yang menggerakan setiap perusahaan untuk sukses. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah faktor keberhasilan dari suatu perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing. Dilihat dari kualitas layanan yang terbaik dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ialah ukuran antara harapan pelanggan dengan produk atau jasa perusahaan selama pelanggan menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut (Yong et al., dalam Andreas 2012). Tjiptono (2002) mengungkapkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula (Tjiptono, 2000). Kotler (2002) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah.

Pelayanan publik merupakan dasar dan bentuk aktualisasi dari eksistensi birokrasi pemerintahan. Wajah birokrasi dapat tercermin dari sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Bergesernya paradigma pelayanan yang lebih berorientasi kepada pelanggan/ masyarakat hendaknya dijadikan nilai yang melekat dalam jiwa aparatur pemerintah dan tercermin melalui sikap dan perilaku aparat dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Pelayanan merupakan suatu perbuatan, suatu kinerja atau suatu usaha, jadi menunjukkan secara inheren pentingnya penerima jasa pelayanan terlibat secara aktif di dalam produksi atau penyampaian proses pelayanan itu sendiri (Warella, 1997). Pelayananan pelanggan adalah sistem manajemen yang diorganisasikan untuk penyediaan hubungan pelayanan yang berkesinambungan antara waktu pemesanan dan waktu barang atau jasa diterima, digunakan dengan tujuan

memuaskan pelanggan dalam jangka panjang (Christopher, 1992).

Service Quality

Karakteristik mutu jasa lebih sulit untuk didefinisikan dari pada mendefinisikan mutu produk, karena karakteristik mutu jasa mencakup beberapa elemen subyek yang penting. Sebab-sebab terjadi muti produk yang jelek dan rusak tidak sama dengan sebab-sebab yang ada pada jasa. Produk sering rusak disebabkan oleh kesalahan bahan dan komponen yang jelek, desain produk yang rusak atau mungkin tidak sesuai dengan spesifikasi. Mutu jasa yang jelek, disatu sisi, biasanya secara langsung dinisbatkan pada kelakukan atau sifat pekerja. Mereka berkelakukan dan bersikap sedemikian rupa disebabkan oleh kurangnya perhatian atau kesopanan. Ketidak-acuhan dan kurangnya pelatihan atau perhatian, kerapkali merupakan alasan utama yang menyebabkan terjadinya kerusakan jasa. Karakteristik sikap dan mutu jasa harus dimunculkan dalam pikiran ketika mendiskusikan mutu pendidikan.

Menurut Santos (2003) mendefinisikan service quality sebagai penilaian dan evaluasi secara menyeluruh atas kualitas pengantaran layanan kepada konsumen didalam pasar. Jasa berbeda dari produksi dalam hal metode. Ada beberapa perbandingan penting antara pemberian jasa dan penciptaan barang. Perbedaan pertama antara keduanya adalah bahwa jasa biasanya meliputi hubungan langsung antara pemberi dan pengguna. Jasa diberi secara langsung oleh orang untuk orang. Ada hubungannya yang dekat antara pelanggan dan orang yang memberikan jasa. Jasa tidak dapat dipisahkan dari orang yang memberi jasa atau dari orang yang menerimanya. Mutu jasa dtentukan oleh keduanya, oleh orang yang memberi dan yang menerima jasa. Produk tidak memiliki karakteristik semacam itu, didalamnya tidak terdapat nilai konsistensi atau terjebak dalam homoginitas yang absolut dalam pemberian jasa.

Waktu adalah elemen pentinh kedua dalam mutu jasa. Jasa harus diberikan tepat waktu dan ini sama pentingnya dengan spesifikasi fisik jasa, Disamping itu, karena jasa dipergunakan atau dikonsumsi tepat pada saat jasa tersebut diberikan, maka control terhadap mutunya akan selalu datang kemudian. Interaksi personal yang akrab dalam pemberian jasa memungkinkan beberapa peluang untuk mendapatkan umpan balik dan evaluasi, dan hal ini merupakan , meskipun bukan satu-satunya, sebuah cara untuk menilai apakah pelanggan terpuaskan atau tidak.

Perbedaan yang ketiga adalah, tidak seperti produk, sebuah jasa tidak dapat ditambal atau diperbaiaki. Makanan yang jelek tetap jelek. Ia tidak dapat diperbiki lagii. Untuk alasan ini, maka hal terpenting adalah bahwa standar jasa haruslah 'haruslah baik sejak awal'. Ironisnya, tingginya kemungkinan terjadinya kesalaha manusia mempersulit, untuk tidak mengatakan emustahilkan, tercapainya standar selalu baik sejak awal tersebut. Bagaimanapun juga standar ini harus selalu menjadi tujuan (Edward Salis:2008). Service quality memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik service quality dari sebuah

perusahaan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Mutu Pendidikan yang diinginkan tidak akan terjadi begitu saja. Mutu yang diinginkan tersebut harus direncanakan. Mutu perlu menjadi sebuah bagian penting dalam strategi sebuah institusi dan untuk meraihnya wajib menggunakan pendekatan yang sistematis dengan menggunakan proses perencanaan yang matang. Perencanaan strategi merupakan salah satu bagian dalam peningkatan mutu. Sallis (1993:107) menegaskan, "*Quality does not just happen. It must be planned for Quality needs to be approached systematically using a rigorous strategic planning process. Strategic planning is one of the major planks to TQM. Without clear long-term direction the institution cannot plan for quality improve*".

Banyak implementasi manajemen didasarkan pada pendekatan sasaran. Satu praktik yang luas digunakan adalah manajemen berdasarkan sasaran. Pelaksanaan dari pendekatan ini, manajer menspesifikasikan terlebih sasaran yang hendak dicapai oleh bawahan dan kemudian dievaluasi secara periodik tingkat keberhasilan pencapaiannya. Kenyataan manajemen berdasarkan sasaran bervariasi dari kasus ke kasus (E.Frank Harrison,1978).

Mutu pendidikan dilembaga harus diperhatikan dan ditingkatkan menjadi lebih baik dan berkualitas. Hal ini merupakan tantangan yang harus direspons secara positif oleh lembaga pendidikan Islam. Mutu dalam pendidikan meliputi mutu input, proses, output dan outcome. Input pendidikan dinyatakan bermutu apabila mampu menciptakan suasana pembelajaran yang aktif, kreatif, inovatif, dan menyenangkan sehingga tujuan pendidikan bisa tercapai dengan baik. Output dinyatakan bermutu apabila hasil belajar yang dicapai oleh peserta didik baik dalam bidang akademik dan non-akademik tinggi. Outcome dinyatakan bermutu apabila lulusan cepat terserap dalam dunia kerja maupun lembaga-lembaga yang membutuhkan lulusan tersebut dan stakeholder merasa puas terhadap lulusan dari lembaga pendidikan tersebut. Perencanaan lembaga pada hakikatnya adalah proses pengambilan keputusan atas keputusan atas sejumlah alternatf mengenai sasaran dan cara-cara yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang guna mencapai tujuan yang dikehendaki serta pemantauan dan penilaiannya atas hasil pelaksanaannya yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan. Menurut Terry (1978) menjelaskan bahwa *planning is the selecting and relating of facts and the making and using of assumptions regarding the future in the visualization and formulation of proposed activitions believed necessary to achieve desired result*. Tersebut menjelaskan bahwa perencanaan adalah memilih dan menghubungkan asumsi-asumsi yang berkaitan dengan harapan masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Sementara Allen (1975) menjelaskan bahwa *planning is the determination of the cource of action to achieve a desired result*. Hal ini mengandung maksud bahwa perencanaan adalah menentukan

serangkaian tindakan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Menurut Kotler (2005) terdapat lima determinan *service quality* (SQ) yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Pengaruh dimensi SQ terhadap harapan para pelanggan yang mereka terima. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Barry (1988), yang melibatkan 800 pelanggan berusia 25 tahun ke atas dari empat perusahaan di Amerika Serikat yang ternama menunjukkan ada lima dimensi yang membentuk *service quality* antara lain : (1) *tangibles* (penampilan fisik), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan; (2) *reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai di janjikan dengan tepat dan terpercaya; (3) *responsiveness* (tanggap), yaitu keinginan untuk membentu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin; (4) *assurance* (kepastian), yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan untuk membutuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan; dan (5) *empathy* (perhatian), yaitu perhatian yang tulus yang diberikan kepada pelanggan.

METODE

Pada penelitian survei kepuasan terhadap kualitas pelayanan pendidikan di Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-syafi'iyah dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 249 mahasiswa yang terdiri dari tiga program studi yaitu Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Program Studi Pendidikan Agama Islam dan Program Studi Perbankan Syariah pada tahun 2021 dengan rincian Prodi KPI berjumlah 33 Orang, Prodi PAI berjumlah 175 orang dan Prodi PBS berjumlah 41 orang. Variabel utama dalam penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa yang akan diukur dengan Indeks Kepuasan. suatu hasil representasi dari skala kepuasan beberapa dimensi yang dibentuk dari beberapa indikator atau item atau atribut yang merupakan Indeks kepuasan. Item-item dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang menggambarkan skala pengukuran kepuasan menurut persepsi responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1 sampai dengan 5. Angka 1 menyatakan sangat tidak puas , angka 2 menyatakan kurang puas, angka 3 menyatakan cukup puas, angka 4 menyatakan puas dan angka 5 menyatakan sangat puas. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan teknik analisis deskriptif. Statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Google Form yang terinput pada *Microsoft Excel*. Penelitian ini merupakan survei terhadap kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan pendidikan di Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-syafi'iyah.

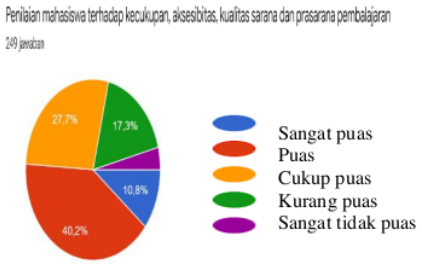
Data tentang kepuasan dalam penelitian ini dapat didapatkan dengan menggunakan 5 (lima) indikator atau dimensi layanan. Pertama dimensi *tangible* yang terkait dengan layanan yang bersifat nyata dan langsung serta

terukur, karena mahasiswa dapat secara langsung mengakses sarana dan prasarana yang ada. Kedua dimensi *reability* atau keandalan, yaitu bagaimana layanan yang diberikan tergambar secara jelas dan terukur, mudah diakses dan sistematis. Ketiga dimensi *emphaty*, merupakan tingkat kepedulian dan sensitivitas pimpinan fakultas dan staf administrasi dalam menghadapi persoalan yang ada di lapangan. Keempat dimensi *responsiveness* adalah bagaimana tingkat ketanggapan pimpinan fakultas dan staf dalam merespon setiap kebutuhan yang diperlukan oleh *stakeholder*. Kelima dimensi *assurance* yaitu kepastian layanan yang diberikan oleh pimpinan terhadap para mahasiswa, baik dalam layanan administrasi dan akademik. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, maka variabel kepuasan dan kepentingan dari berbagai dimensi dilakukan uji validitas dan reliabilitasnya. Metode untuk uji validitas dari berbagai atribut digunakan metode korelasi. Semua hasil analisis validitas, seluruh atribut/item yang digunakan sebagai pengukuran kepuasan mahasiswa menunjukkan valid. Demikian pula dengan uji reliabiltas, dengan metode *alpha cronbach* seluruh analisis menunjukkan nilai yang reliabel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Indeks Kepuasan Mahasiswa dalam Lima Dimensi

Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi *tangible* atau yang dapat dirasakan langsung menunjukan angka tertinggi 40,2% artinya mahasiswa merasakan puas terhadap kecukupan, aksesibilitas, kualitas sarana dan prasarana pembelajaran, mahasiswa merasakan langsung dari sarana dan prasaran pembelajaran.



(Oktapiani, dkk.,2021)

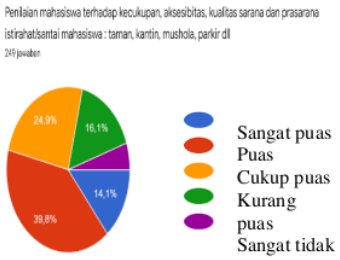
Diagram 1. Indeks mahasiswa terhadap kecukupan, aksesibilitas, kualitas sarana dan prasarana pembelajaran.

Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi tangible atau yang dapat dirasakan langsung menunjukan angka tertinggi 40,2% artinya mahasiswa merasakan puas terhadap kecukupan, aksesibilitas, kualitas sarana dan prasarana pembelajaran, mahasiswa merasakan langsung dari sarana dan prasarana lainnya seperti sarana olahraga, internet disetiap lantai yang terkoneksi dan dapat berdiskusi tanpa kendala serta teater kampus serta bioskop mini dan studio mini yang dapat mengembangkan pengalaman dan pengetahuan mahasiswa.

(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 2. Indeks mahasiswa terhadap kecukupan, aksesibilitas, kualitas sarana Untuk kegiatan ekstrakurikuler mahasiswa; diskusi mahasiswa, olahraga, seni dll .

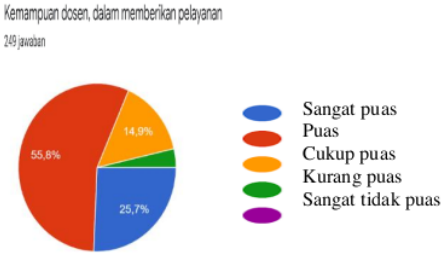
Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi tangible atau yang dapat dirasakan langsung menunjukan angka tertinggi 39.8% artinya mahasiswa merasakan puas terhadap kecukupan, aksesibilitas, kualitas sarana dan prasarana pembelajaran, mahasiswa merasakan langsung dari sarana dan prasarana lainnya seperti masjid yang dapat digunakan sebagai tempat ibadah dan melaksanakan kajian Islam, kantin yang bersih dengan ketersediaan makanan dan minuman serta taman yang dirawat dengan baik sehingga mahasiswa merasa nyaman serta parkiran yang luas dan aman.



(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 3. Indeks mahasiswa terhadap kecukupan, aksesibilitas, kualitas sarana Prasarana istirahat/santai mahasiswa: taman, kantin, mushola, parkir dll.

Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi *reability* yang disajikan pada diagram diatas adalah indeks kepuasan mencapai 55.8% dan angka ini menunjukan berada pada zona kepuasan tinggi. Terkait layanan akademik dan administrasi, baik berupa layanan pada saat pembimbingan skripsi dan layanan administrasi (SPP,ijin, cuti, dll) menunjukkan bahwa mahasiswa juga tinggi. Pada dimensi ini, mahasiswa juga merasakan bahwa layanan akademik berupa kegiatan belajar mengajar yang diberikan oleh dosen memadai.



(Oktapiani, dkk.,2021)

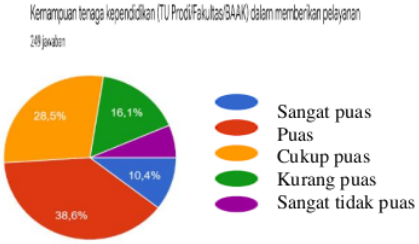
Diagram 4. Indeks mahasiswa terhadap kemampuan dosen dalam memberikan pelayanan.

Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi *reability* yang disajikan pada diagram diatas adalah indeks kepuasan mencapai 55.8% dan angka ini menunjukan berada pada zona kepuasan tinggi. Terkait layanan akademik, baik berupa layanan pada saat pembimbingan skripsi dan layanan pembimbingan mahasiswa dibawah bimbingan dosen pembimbing serta bimbingan secara terbuka dan dua arah. Pada dimensi ini, mahasiswa juga merasakan bahwa layanan akademik berupa kegiatan belajar mengajar yang diberikan oleh dosen memadai.

(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 5. Indeks mahasiswa terhadap kemampuan pengelola program (pimpinanProdi/Fakultas) dalam memberikan pelayanan.

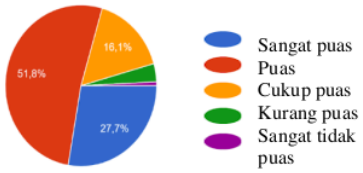
Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi *reability* yang disajikan pada diagram diatas adalah indeks kepuasan mencapai 38.6%. Terkait layanan akademik dan administrasi, baik berupa layanan administrasi (SPP,ijin, cuti, dll). Pada dimensi ini, mahasiswa juga merasakan bahwa layanan yang yang diberikan oleh TU dengan ramah dan memberikan kemudahan dalam setiap proses surat menyurat dan administrasi lainya dilayani dengan ketentuan waktu yang telah ditentukan.



(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 6. Indeks mahasiswa terhadap kemampuan tenaga kependidikan(TU/Prodi/Fakultas/BAAK) dalam memberikan pelayanan.

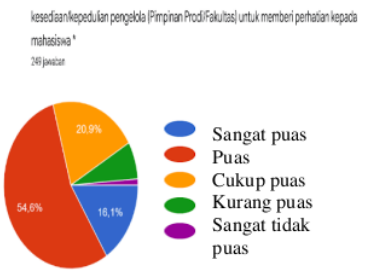
Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi *empathy* yang disajikan pada diagram diatas adalah indeks kepuasan mencapai 51.8%, Terkait dengan indeks kepuasan mahasiswa terhadap layanan pendidikan Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-Syafi'iyah.



(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 7. Indeks mahasiswa terhadap Kesediaan/kepedulian dosen untuk memberi perhatian kepada mahasiswa

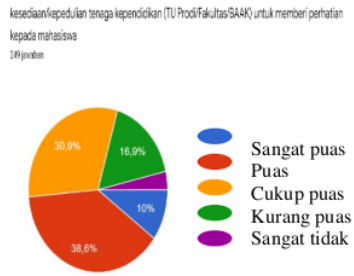
Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi *empathy* yang disajikan pada diagram diatas adalah indeks kepuasan mencapai 54.6%, Terkait dengan indeks kepuasan mahasiswa terhadap layanan pendidikan Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-Syafi'iyah pada dimensi empati hal ini berarti bahwa pimpinan difakultas dan segenap jajaran dibawahnya memiliki kepedulian dan kepekaan terhadap persoalan yang ada difakultas. Sepert kepedulian dan kepekaan terhadap masalah yang ada difakultas.



(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 8. Indeks mahasiswa terhadap Kesediaan/kepedulian dosen untuk memberi perhatian kepada mahasiswa

Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi empathy yang disajikan pada diagram diatas adalah indeks kepuasan mencapai 38.6%, Terkait dengan indeks kepuasan mahasiswa terhadap layanan pendidikan Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-Syafi'iyah pada dimensi empati hal ini berarti bahwa Tenaga Kependidikan baik TU Prodi/BAAK telah melayani dan memberikan perhatian kepada mahasiswa dalam merespon kebutuhan-kebutuhannya.



(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 9. Indeks mahasiswa terhadap Kesediaan/kepedulian tenaga kependidikan (TU Prodi/Fakultas/BAAK) untuk memberi perhatian kepada mahasiswa

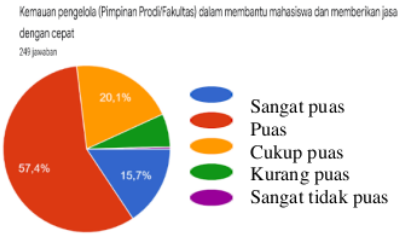
Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi *responsiveness* yang disajikan pada diagram diatas adalah indeks kepuasan mencapai 56.2%, Terkait

dengan indeks kepuasan mahasiswa terhadap sikap tanggap dosen dan petugas aministrasi, keberadaan layanan akademik dan administratif. Mahasiswa menilai layanan yang diberikan oleh dosen dan tenaga administrasi telah sesuai dengan prosedur dengan mengutamakan kualitas pelayanan dan memberikan kemudahan baik dari segi pelayanan, waktu dan keluhan.

(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 10. Indeks mahasiswa terhadap Kemauan dari dosen dalam membantu mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat.

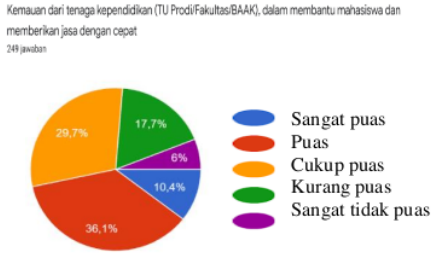
Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi *responsiveness* yang disajikan pada diagram diatas adalah indeks kepuasan mencapai 57.4%, Terkait dengan indeks kepuasan mahasiswa terhadap sikap tanggap dosen dan petugas aministrasi, keberadaan layanan akademik dan administratif. Mahasiswa menilai layanan yang diberikan oleh dosen dan tenaga administrasi telah sesuai dengan prosedur dengan mengutamakan kualitas pelayanan dan memberikan kemudahan baik dari segi pelayanan, waktu serta menerima saran dan kritik membangun.



(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 11. Indeks mahasiswa terhadap Kemauan dari pengelola(Pimpinan Prodi/fakultas) membantu mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat.

Berkaitan dengan indeks kepuasan mahasiswa dalam dimensi *responsiveness* yang disajikan pada diagram diatas adalah indeks kepuasan mencapai 35.1%, Terkait dengan indeks kepuasan mahasiswa terhadap sikap tanggap dosen dan petugas aministrasi, keberadaan layanan akademik dan administratif.



(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 12. Indeks mahasiswa terhadap Kemauan dari tenaga kependidikan (TU Prodi/Fakultas/BAAK) dalam membantu mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat.

Analisis indeks kepuasan mahasiswa menurut dimensi assurance yang terdapat dalam grafik 13 adalah indek kepuasan 56.6%. Angka ini berada pada zona kepuasan tinggi. Dari hasil indeks kepuasan mahasiswa terhadap dimensi assurance ini menunjukkab bahwa tingkat kepuasan dengan indicator yaitu mahasiswa menilai keseriusan dalam mengurus lembaga dan mengedepankan kepada mutu. Hal in dapat dilihat pada salah satu akreditasi prodi yaitu terakreditasi A yang berlaku dari tahun 2021-2026.

(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 13. Indeks kepuasan mahasiswa terhadap Kemauan dosen untuk memberi keyakinan kepada mahasiswa bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan ketentuan.

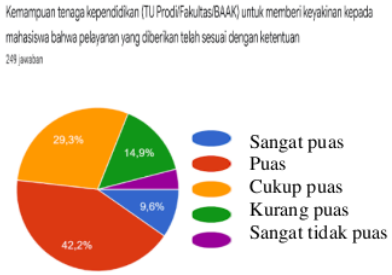
Analisis indeks kepuasan mahasiswa menurut dimensi *assurance* yang terdapat dalam grafik 14 adalah indek kepuasan 57%. Angka ini berada pada zona kepuasan tinggi. Dari hasil indeks kepuasan mahasiswa terhadap dimensi *assurance* ini menunjukan bahwa tingkat kepuasan dengan indicator yaitu mahasiswa menilai keseriusan dalam mengurus lembaga dan mengedepankan kepada mutu. Selain itu mahasiswa juga merasa puas dengan dosen dimasing-masing prodi yang mengajar, dimana dosen dinilai kompeten dalam mengajarkan materi perkuliahan yang dilaksanakan. Kepuasan lainnya pula bahwa mahasiswa mendapatkan pendidikan yang berkualitas dan suasana belajar yang mendukung dan memberikan pembaharuan terhadap wajah pendidikan.

(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 14. Indeks kepuasan mahasiswa terhadap Kemauan pengelola

(Pimpinan Prodi/Fakultas) untuk memberikan keyakinan kepada mahasiswa bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan ketentuan

Analisis indeks kepuasan mahasiswa menurut dimensi *assurance* yang terdapat dalam grafik 15 adalah indek kepuasan 42.2%. Dari hasil indeks kepuasan mahasiswa terhadap dimensi *assurance* ini menunjukan bahwa tingkat kepuasan dengan indicator yaitu mahasiswa menilai TU Prodi.BAAK memberikan pelayanan yang prima kepada mahasiswa sesua dengan SOP yang berlaku dalam lingkungan Universitas Islam As-syafi'iyah.



(Oktapiani, dkk.,2021)

Diagram 15. Indeks kepuasan mahasiswa terhadap Kemauan tenaga kependidikan (TU Prodi/Fakultas/BAAK) Prodi/Fakultas) untuk memberikan keyakinan kepada mahasiswa bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan ketentuan.

Jika dibandingkan diantara kelima dimensi indikator penilaian kepuasan maka yang memiliki nilai atau angka paling tinggi adalah dimensi Kepastian (*Assurance*) dengan angka 52% dan yang paling rendah adalah dimensi Bukti Fisik Layanan (*Tangible*) dengan angka 40.% dengan penghitungan rata-rata dan ketercapaian keseluruhan dari setiap indikator setiap dimensinya didapatkan hasil sebagai berikut:

Dimensi Kepuasan Mahasiswa dari seluruh dimensi (Average)

Dimensi-Dimensi	Dimensi Tangible	Dimensi Reability	Dimensi Emphaty	Dimensi Responsiveness	Dimensi Assurance
Indikator 1	40.5	55.8	51.8	56.2	56.6
Indikator 2	40.2	53	54.6	57.4	57
Indikator 3	39.8	38.6	38.6	36.1	42.2
Average	40	49	48	50	52
%	16%	21%	20%	21%	22%

KESIMPULAN

Pendekatan Service Quality dapat dilihat dengan menggunakan lima dimensi yaitu *tangible* atau bukti fisik layanan, *reliability* atau keandalan, *responsiveness* atau ketanggapan, *emphaty* atau perhatian, dan *assurance* atau kepastian dengan mengindeks kepuasan mahasiswa. Dari kelima dimenasi ini telah menggambarkan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan pendidikan di Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-syafi'iyah. Adapun nilai tertinggi yang dilihat dari kelima dimensi indikator penilaian kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan pendidikan di Fakultas Agama Islam Universitas Islam

As-Syafi'iyah. Jika dirata-ratakan maka hasil penelitian secara keseluruhan menunjukan bahwa indeks kepuasan mahasiswa terhadap layanan pendidikan di Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-syafi'iyah secara keseluruhan adalah termasuk dalam pencapaian puas dengan indeks kepuasan terletak pada dimensi Kepastian (*Assurance*) dengan angka 52% dan yang paling rendah adalah dimensi Bukti Fisik Layanan (Tangible) dengan angka 40%.

DAFTAR PUSTAKA

Andreas, Julius. (2012). Pengaruh Brand Credibility terhadap Word of mouth melalui Customer Satisfaction & Customer loyalty, Jurnal Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Bulgarella, Caterina C. 2005. Employee Satisfaction & Customer Satisfaction : Is There a Relationship?. White Paper Guide Star Research for Better Business Relationships.

Christopher, And Towill. 2002. Developing Market Specific Supply Chain Strategies. The International Journal Of Logistics Management, Vol. 13, No. 1. Hal 1-14.

E. Frank Harrison. (1978). "*Management and Organization*" Boston:Houghtoun Mifflin.

Felicia Laurent. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan, AGORA Vol. 4, No. 2. https://uia.ac.id/home/sambutan/sambutan-rektor-uia.

Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Millenium. Jakarta: PT. Prehallindo.

Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid I*. Jakarta: PT Prenhallindo.

Purnama, Nursya'bani. 2006. Manajemen Kualitas. Edisi Pertama. Yogjakarta : EKONISIA.

Robbins, Stephen P. 2006. Perilaku Organisasi. Edisi Kesepuluh, Edisi Lengkap. Jakarta : PT Indeks

Sallis, Edward. (1993). "*Total Quality Management in Education*", Philadelphia: Diddles Ltd, Guilford, and King's Lynn.

Santos, J. (2003). E-Service Quality: A Model of Vistual Service Quality Dimensions Managing Service Quality, 13.

Tjiptono, Fandy. 2002. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Warella, Y. 1997. Administrasi Negara dan Kualitas Pelayanan Publik. Semarang: BP Undip.

Sutiono, Ifham Choli, Jumira Warlizasusi

ORIGINALITY REPORT

18%	16%	7%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

1%

★ oif.umsu.ac.id

Internet Source

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 10 words
Exclude bibliography	On		