

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan masyarakat akan pendidikan formal khususnya perguruan tinggi semakin meningkat, maka perguruan tinggi menjadi sektor strategis yang diharapkan menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas. Jika hal ini dikaitkan dengan kondisi persaingan yang cukup kompetitif antar perguruan tinggi, maka mutu atau kualitas lulusan pendidikan menjadi hal utama yang harus mendapat perhatian lembaga atau perguruan tinggi tersebut untuk memenangkan persaingan. Hal ini dapat dicapai melalui perbaikan proses belajar mengajar maupun pelayanan yang diberikan oleh lembaga atau perguruan tinggi tersebut. Pendidikan merupakan industri jasa dimana mahasiswa sebagai pelanggan internal perguruan tinggi yang akan selalu berharap mendapatkan pelayanan yang terbaik. Namun disisi lain realitas yang diterima seringkali tidak sesuai dengan yang diharapkan sehingga menimbulkan ketidakpuasan bagi mahasiswa tersebut.

Pada dasarnya pemasaran jasa hampir sama dengan pemasaran produk berwujud, yaitu memerlukan penyusunan *marketing mix* yang sesuai. Konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya pada saat membeli produk berwujud dapat melihat ciri fisiknya, namun tidak demikian halnya dengan pembelian jasa. Konsumen hanya mendasarkan pada pengalamannya (*experience quality*), hal

tidak dapat dipisahkan dari penyediannya (*inseparability*), beragam dan sangat bervariasi (*variability*), serta tidak tahan lama dan permintaannya berfluktuasi (*perishability and fluctuating demand*) (Kotler, 2000).

Sementara itu, pendekatan pemasaran dengan 4P (*product, price, place, and promotion*) belumlah cukup untuk memasarkan jasa, mengingat jasa merupakan produk yang tidak berwujud. Booms dan Bitner dalam Kotler (2000) menyarankan tambahan 3P untuk memasarkan jasa, yaitu: *people, physical evidence, and process*.

Keputusan konsumen dalam memilih barang dan jasa sangat dipengaruhi oleh perilaku atau sikapnya. Perilaku merupakan perwujudan dari sikap. Sikap sangat menentukan perilaku, selanjutnya perilaku memperkuat atau memperlemah sikap. Sikap didefinisikan sebagai suatu keadaan jiwa atau mental dan keadaan pikir atau neural yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek, yang langsung diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis pada perilaku (Basu Swastha, 2000). *Theory of Reasoned Action* yang berikutnya disempurnakan dengan *Theory Of Planned Behavior*, menyatakan bahwasannya sikap seseorang mengarahkan pada perilakunya (Basu Swastha, 1998). Dari teori tersebut dapat dikatakan, jika sikap seseorang baik, maka dia akan melakukan suatu tindakan tertentu. Sikap menunjukkan rasa suka atau tidak suka terhadap sesuatu yang akhirnya mempengaruhi seseorang untuk melakukan atau tidak

Sebagai salah satu universitas swasta di Yogyakarta, pelayanan Fakultas Ekonomi menjadi faktor penting untuk memenangkan persaingan dengan cara mengetahui sikap mahasiswanya. Peneliti melakukan penelitian pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan memfokuskan pada sikap mahasiswa terhadap kualitas pelayanan di Fakultas Ekonomi. Sikap mahasiswa sangat tergantung dari pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai dengan harapan para mahasiswa atau belum. Berdasar uraian diatas, peneliti mengambil judul penelitian “Analisis Sikap Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.”

B. Batasan Masalah

Agar Penelitian tidak meluas dan tidak menyimpang dari topik yang telah ditentukan, peneliti membatasi beberapa hal sebagai berikut:

1. Pelayanan yang akan diteliti adalah pelayanan oleh karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dimensi kualitas pelayanan adalah lima dimensi yang dikemukakan Parasuraman dkk (1996) yaitu *reliability*, *assurance*, *tangible*, *emphaty*, dan *responsiveness*.
3. Karakteristik responden yang diteliti meliputi jenis kelamin dan tingkat semester

C. Perumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sikap mahasiswa terhadap kualitas pelayanan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
2. Apakah terdapat perbedaan sikap mahasiswa terhadap kualitas pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berdasarkan jenis kelamin dan tingkat semester?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini bertujuan:

1. Menganalisis bagaimana sikap mahasiswa terhadap kualitas pelayanan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Menganalisis apakah terdapat sikap mahasiswa terhadap kualitas pelayanan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berdasarkan jenis

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Bagi akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik sejenis.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan pengambilan kebijakan fakultas serta mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan mahasiswa atau belum.

3. Bagi peneliti

Untuk mengetahui dan mengembangkan serta memperdalam ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran baik secara teori maupun praktik.