

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era global yang ditandai dengan berbagai kemajuan pada aspek-aspek tertentu kehidupan manusia, masyarakat dituntut untuk mempersiapkan diri dengan memiliki daya saing yang optimal sehingga mendapatkan peluang yang menguntungkan. Mempersiapkan suatu masyarakat yang mampu bersaing merupakan salah satu tugas perguruan tinggi yang berkembang saat ini. Masing-masing perguruan tinggi dan segala keterbatasannya dituntut untuk menawarkan kiat dan keterampilan yang diperkirakan akan bermanfaat bagi masyarakat dalam memasuki era globalisasi. Dalam mencapai maksud tersebut, berbagai program ditawarkan yang orientasi akhirnya adalah pengembangan sumber daya manusia (SDM), ini merupakan kunci utama dalam menghadapi daya saing yang tinggi (Matondang, 1998: 3).

Ciri-ciri globalisasi seperti: mobilitas, keserentakan, pencarian jalan bebas hambatan, dan pluralisme semakin meningkat. Proses globalisasi yang melanda Indonesia secara cepat membuka cakrawala baru bagi pendidikan tinggi Indonesia, yang semula tertuju pada lingkungan domestik, menjadi terbuka dilingkungan global. Tiba-tiba perguruan tinggi Indonesia dipaksa untuk mengikuti "olimpiade" dalam menghasilkan jasa pendidikan bagi masyarakat. Keadaan ini memaksa perguruan tinggi

Indonesia untuk mendongkrak kualitas jasa pendidikan ke tingkat *world class*.

Pada era globalisasi ini, kualitas atau mutu dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) karena kualitas adalah salah satu faktor yang menentukan pilihan produk dan jasa bagi konsumen. Menurut Crosby mutu dipandang sebagai *convormance to requirement* atau kesesuaian pada persyaratan yang dikehendakinya. mutu yang dimaksud disini tidak terlalu identik dengan kemewahan dan kehebatan apabila karekteristik tersebut bukan merupakan persyaratan yang dikehendaki konsumen. (Mukaddimah, No.14 2003:63).

Persaingan antar perguruan tinggi dalam memberikan jasa pendidikan kepada mahasiswanya dan dalam proses menghasilkan kualitas lulusan yang tinggi membuat perguruan tinggi tersebut saling membenahi dirinya masing-masing agar dapat memberikan kualitas jasa yang memuaskan bagi mahasiswanya (Alien dan Davis, 1991). Seperti yang dikemukakan Wahyuningdyah (1996) yang dikutip oleh Sri Marwati dan Nursiam, (Empirika, 2004: 96) saat ini persaingan antar perguruan tinggi tidak dapat dihindari dalam mendapatkan mahasiswa, tenaga pengajar, serta pendanaan yang didapat mahasiswa tersebut.. Agar perguruan tinggi mampu memberikan jasa pendidikan dengan baik, maka mau tak mau perguruan tinggi tersebut harus meningkatkan mutu pelayanannya.

Dalam sistem penyelenggaraan pendidikan, aspek mutu juga akan selalu berkaitan dengan bagaimana input peserta didik, proses penyelenggaraan pendidikan dengan fokus layanan peserta didik, sampai bagaimana *out put* lulusan yang dihasilkan. Mutu merupakan panduan sifat-sifat produk yang menunjukkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan langsung atau tak langsung, baik kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat, masa kini dan masa depan (Daulat P. Tampubolon, 2001: 108). Menurut Edward Sallis (2006:58) mutu dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang memuaskan dan melampaui keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Kebutuhan pelanggan dapat ditinjau dari tiga perspektif: *Pertama*, pelanggan internal-akademik meliputi mahasiswa, staf pengajar, program dan departemen dalam program akademik suatu kampus yang memenuhi program kampus dan mempengaruhi program tertentu. Pelanggan internal untuk administrasi meliputi mahasiswa, karyawan, dan unit, department atau divisi yang mempengaruhi suatu pelayanan atau aktifitas. *Kedua*, pelanggan eksternal langsung, yaitu terdiri atas *employees*, mahasiswa, dan perguruan tinggi lain yang menjadi penerimaan mahasiswa (untuk keperluan studi lanjut) dan jasa perguruan tinggi tertentu. *Ketiga*, pelanggan eksternal tidak langsung meliputi *legislature bodies*, masyarakat yang dilayani, BAN, alumni, dan donator, yang mempengaruhi keputusan dan oprasi perguruan tinggi. (Abdul.Maiid dan Syamsuddin,



Perhatian pada pelanggan-pelanggan diatas harus diprioritaskan berdasarkan urutannya, karena pelanggan internal dan pelanggan eksternal langsung merupakan penerima langsung dari program, pelayanan, riset akademik yang berkualitas dari suatu perguruan tinggi. Sementara itu, pelanggan eksternal tidak langsung juga perlu dilayani dengan baik, karena mereka memiliki kendali financial dan akreditasi. (Abdul.Majid dan Syamsuddin, HS: 2006: 414)

Kesadaran staf dalam pelayanan penting dalam meningkatkan mutu pelayanan akademik, semua staf harus sadar apapun yang mereka lakukan mempunyai dampak terhadap mutu pelayan. Pihak perguruan tinggi seharusnya perlu lebih memahami harapan mahasiswa dalam pelayanan akademik, memperhatikan dalam kualitas pelayanan yang tidak mengecewakan mahasiswa, dengan mamahami kebutuhan para pelanggan, misalnya dosen mengenal nama para mahasiswa yang menempuh mata kuliah yang diampunya dan membimbing akademik bisa benar-benar berperan sesuai fungsinya; setiap dosen dan karyawan dapat dihubungi dengan mudah, baik di ruang kerja, *via* telpon maupun yang lainnya.

Dalam kenyataannya ada beberapa mahasiswa merasa tidak puas akan pelayanan akademik. Ada beberapa keluhan dari beberapa mahasiswa tentang pelayanan akademik seperti transkrip nilai yang tidak cepat keluar, pelayanan para tata usaha yang kurang ramah seta kurang koordinasi melempar-lempar tanggung jawab, dan lain-lain. Masalah-masalah

tersebut juga muncul pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dari uraian diatas, perlu diteliti tentang mutu pelayanan akademik di Fakultas Agama Islam dan kaitannya dengan prestasi mahasiswa Fakultas Agama Islam.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana mutu pelayanan akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
2. Bagaimana Prestasi Belajar Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
3. Apakah ada hubungan antara mutu pelayanan akademik Fakultas Agama Islam dengan prestasi belajar mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana mutu pelayanan akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana prestasi belajar mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara mutu pelayanan akademik dengan prestasi belajar mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Sebagai tolak ukur dalam meningkatkan mutu pelayanan akademik.
2. Sebagai sumbangan pemikiran bagi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam meningkatkan mutu pelayanan akademik.
3. Sebagai sarana meningkatkan kualitas pelayanan akademik.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Penelitian Ihwan Susila dan Fatchurrahman yang berjudul “*Service Value: Sebuah Variabel Pemediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli*” menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap jual beli. Beberapa hal perlu diperhatikan oleh perusahaan jasa sebagai upaya meningkatkan mutu layanan dalam motivasi pelanggan untuk melakukan pembelian atau niat beli yaitu: *Pertama*, peningkatan mutu layanan harus mampu menciptakan persepsi bagi pelanggan bahwa mutu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai atau bahkan lebih besar dari apa yang diberikan atau yang diserahkan pelanggan (*customer delivered value*) yang tinggi. *Kedua*, Peningkatan kualitas pelayanan perlu disertai penciptaan image atau citra



baik perusahaan di mata pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak akan berlanjut kepada niat membeli tetapi berlanjut ke loyalitas. Loyalitas dapat dibangun melalui kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Konsumen mungkin tidak akan mempunyai niat membeli kembali jika ada perusahaan pesaing atau produk pengganti mungkin berpindah ketika pada diri konsumen tidak ada rasa percaya terhadap perusahaan bahkan loyalitas terhadap perusahaan.

Penelitian yang ditulis oleh Masruri Muhammad yang berjudul “*Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan Di Metrodata Yogyakarta*” menyatakan bahwa pengelolaan pihak manajemen Metrodata Yogyakarta terhadap dimensi kualitas pelayanan kepada para pelanggannya masih belum terpenuhi secara optimal, sehingga akan dapat mengakibatkan aspek konsumen atas pelayanannya “belum memuaskan”. Secara umum bahwa pengelolaan atas dimensi kualitas pelayanan pada Metrodata Yogyakarta. Walaupun telah diketahui posisi kuadran masing-masing butir pada dimensi kualitas pelayanan, sehingga dapat diketahui beberapa kebijakan yang perlu dilakukan oleh pihak manajemen Metrodata Yogyakarta (diprioritaskan, dipertahankan prestasinya, diprioritaskan tapi rendah, atau diabaikan karena dianggap berlebihan). Akan tetapi hampir semua butir yang berada pada semua kuadran harus benar-benar diperhatikan dan ditingkatkan mengingat nilai komparasi antara harapan dan kinerja atas beberapa butir yang diteliti ternyata masih dibawah 100% yang berarti pelanggan belum puas

Penelitian yang di tulis oleh Abd. Majid dan Syamsuddin, HS yang berjudul "*Analisis Kualitas Jasa Perguruan Tinggi di Daerah Istimewa Yogyakarta*" menyatakan bahwa terjadi gap antara harapan mahasiswa dengan persepsi pimpinan PTAI, dimana gap merupakan selisih antara persepsi kualitas yang diterima dengan harapan kualitas. Dalam uji beda gap antara PTAI dan PTU ternyata PTU mempuayai gap yang lebih besar dibandingkan dengan gap kualitas PTAI, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan PTU dalam memenuhi harapan mahasiswa lebih tinggi dibandingkan PTAI. Sedangkan dalam uji beda gap antara PTAI dan PTU yang mempuyai akreditasi A menunjukkan bahwa PTU lebih mampu memenuhi harapan mahasiswanya dibandingkan dengan PTAI meskipun perbedaanya tidak signifikan.

Penelitian yang di tulis oleh Sri Murwati dan Nursiam dengan judul," *Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Mahasiswa Perguruan Tinggi di Surakarta (Studi pada perguruan Tinggi Universitas Sebelas Maret Surakarta dan Universitas Muhammadiyah Surakarta)*" menyatakan bahwa: *pertama*, terdapat pengaruh yang signifikan antara gap kualitas jasa dan kepuasan mahasiswa (UMS dan UNS) dalam hal keandalan, jaminan, empati, dan bukti langsung dan dimensi yang paling berpengaruh adalah keandalan. *Kedua*, terdapat pengaruh yang signifikan antara gap kualitas jasa dan kepuasan mahasiswa UNS dalam dimensi jaminan, empati dan bukti langsung, dan dimensi yang paling berpengaruh adalah iaminan. *Ketiga*, terdapat pengaruh yang signifikan



antara gap kualitas jasa dan kepuasan mahasiswa UMS pada dimensi gap keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, sedangkan dimensi yang paling berpengaruh adalah keandalan.

Dengan mencermati beberapa analisis hasil penelitian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian yang akan dilakukan peneliti berbeda. Adapun peneliti menfokuskan pada mutu pelayanan akademik dan hubungan mutu pelayanan akademik dengan prestasi belajar mahasiswa Fakultas Agama Islam UMY.

## **F. Kerangka Teoritik**

### **1. Mutu Pelayanan Akademik**

#### **a. Pengertian Mutu**

Menurut Rinehart (1993: 26) mutu adalah panduan sifat produk, yang menunjukkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan langsung dan tak langsung, baik kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat, masa kini dan masa depan. Sedangkan Menurut Edward Sallis (2006: 55) dalam bukunya *Total Quality Management in Education* berpendapat bahwa mutu tidak hanya mengandung pengertian absolut sebagaimana banyak diterapkan oleh lembaga pendidikan sekarang. Mutu memiliki pengertian relatif yang dapat dijabarkan dalam dua aspek, yaitu:

1. Mutu yang menyesuaikan diri dengan spesifikasi yang telah dibuat oleh produsen (*quality in fact*).

2. Mutu yang berupaya untuk senantiasa memenuhi keinginan konsumen/pelanggan (*quality in perception*).

Sebagai sebuah konsep yang relatif maka mutu merupakan ide yang dinamis. Mutu dapat dikatakan ada apabila memenuhi spesifikasi sekaligus mendapat pengakuan dari konsumen/pelanggan. Pendidikan dalam konteks ini tidak harus mahal, akan tetapi lebih menekankan kesesuaian dengan tujuan yang diharapkan. Oleh karena itu, menurut Sallis dalam penentuan standar mutu pendidikan adalah satu hal yang sangat sulit karena keragaman dan kompleksitas peserta didik. Bahkan untuk menghasilkan pelajar dengan standar jaminan tertentu adalah suatu hal yang mustahil dapat diwujudkan. Dengan tidak adanya standar baku tentang mutu pendidikan secara ideal maka pengakuan pelanggan terhadap aktifitas pembelajaran di fakultas menjadi sangat penting.

Dalam konteks pendidikan, konsep mutu berdasarkan pendekatan *quality in fact*. Pendekatan ini dapat dilakukan dengan mengukur mutu mahasiswa di berdasarkan tingkat kemampuan kelulusan disesuaikan dengan tujuan yang ditetapkan fakultas. Mutu pendidikan dinilai berdasar pada standar proses dan pelayanan yang disesuaikan dengan rencana kurikulum fakultas. Pendekatan *quality in perseption* memandang mutu pelayanan pendidikan diukur dari kemampuan kompetensi

berdasarkan keinginan pelanggan yaitu kepuasan orang tua siswa, masyarakat lingkungan kampus. Mutu pendidikan diasumsikan sebagai pemenuhan selera kebutuhan dari *stakeholder* dengan sebaik-baiknya. Jika *stakeholder* merasa puas dengan pelayanan yang diberikan fakultas, maka proses pembelajaran dalam rangka mendidik mahasiswa dapat dikatakan bermutu. Tentunya, keinginan pelanggan adalah keinginan yang senantiasa berubah sesuai dengan tuntutan perubahan zaman. (Edward Sallis, 2006: 55-56).

#### **b. Manajemen Mutu Terpadu**

Mutu adalah panduan sifat-sifat produk yang menunjukkan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan langsung atau tak langsung, baik kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat, masa kini dan masa depan.

Dalam Manajemen Mutu Terpadu (MMT) mutu berkaitan dengan produk. Produk terbagi atas dua jenis, yakni:

1. Barang adalah barang dihasilkan oleh pabrik, manufaktur atau alat yang sejenis
2. Jasa atau pelayan dihasilkan oleh industri seperti hotel serta rumah sakit, dan pada umumnya berkaitan dengan kegiatan dan hubungan antarmanusia



Mutu dalam MMT bukan dalam arti *absolute* (sifat yang terbaik dan tak ada lagi yang melebihi), tetapi *relative*. Mutu suatu produk dilihat dari kemampuannya memenuhi kebutuhan pelanggan, atau kesesuaiannya dengan keinginan para pelanggan umumnya. Karena kebutuhan pelanggan selalu berubah sesuai dengan perkembangan zaman, maka mutu juga harus berubah.

Ada tiga jenis manajemen, yaitu:

1. Pengawasan mutu

Pengawasan mutu disebut juga *Quality Control* (QC), mutu produk diperiksa setelah seluruh produk itu selesai. Tujuan utamanya melihat apakah produk sudah bermutu, dalam arti sesuai dengan rencana.

2. Jaminan mutu

Jaminan mutu disebut *Quality Assurance* (QA) dalam bahasa Inggris disebut *Total Quality Management* (TQM) berarti menentukan standar mutu berdasarkan kebutuhan pelanggan obyektif dan prosedur-prosedur kerja yang terinci secara tajam dan ketat, saerta harus diikuti/dipatuhi oleh setiap pelaksana dengan sebaik-baiknya.

3. Manajemen mutu terpadu

Manajemen mutu terpadu di buat berdasarkan kebutuhan pelanggan obyektif tapi, kebutuhan terus berubah, karena itu standar dan prosedur tidak boleh kaku. dalam arti merubah

sesuai perubahan kebutuhan., karena itu, diantara prinsip-prinsip yang dipegang dan dipedomani ialah:

- 1) Peningkatan mutu berkelanjutan, dalam arti standar mutu dan prosedur diperbaiki terus menerus sesuai dengan kebutuhan
- 2) Setiap karyawan mempunyai kesempatan luas untuk berinisiatif dan berkreasi dalam usaha peningkatan mutu, dengan selalu mengidentifikasi kelemahan (masalah) dan mengatasinya.
- 3) Kerjasama tim diutamakan dalam mengatasi setiap masalah untuk meningkatkan mutu

Mengutamakan pengembangan situasi M-M dan manajemen bawah-atas (*bottom up*) maupun atas-bawah (*top-down*) (Daulat P. Tampubolo, 2001:108-113).

Manajemen mutu terpadu dapat diterapkan dalam pengelolaan Perguruan Tinggi karena perguruan tinggi pada dasarnya perguruan tinggi yang berusaha menghasilkan produk berupa jasa yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Jika pelanggan merasa puas atas pelayanannya, maka jumlah pelanggan akan terus bertambah dan keuntungan dalam berbagai bentuk akan meningkat, misalnya meningkatnya jumlah mahasiswa baru, memasuki perguruan tinggi akan bertambah.

**c. Layanan Mutu Terpadu( Total Quality service)**

Total Quality Service (TQS) merupakan derivasi *Total Quality Managemen* (TQM) dalam industri jasa, yakni merupakan suatu konsep tentang bagaimana menanamkan kualitas pelayanan pada setiap fase penyelenggaraan jasa, dan melibatkan semua personel yang ada dalam organisasai (Mukaddimah, No. 14 Th.IX/2003,69)

Sebagaimana dikemukakan Stamatis (1996) yang dikutip oleh Syamsuddin. (2006: 69), TQS merupakan suatu strategi, sistem manajemen yang terintegrasi, yang melibatkan seluruh manajer dan karyawan, serta menggunakan baik metode kualitatif maupun kuantitatif untuk secara kontinyu meningkatkan proses dalam organisasi agar dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan.

Menurut Syamsuddin.HS, 2003: 70-71, dalam Jurnal Mukaddimah menjelaskan ada 5 fokus *Total Quality Service* Yaitu;

1. Fokus pada pelanggan (*Customer Fokus*)

Untuk mencapai kualitas jasa secara optimal identifikasi pelanggan merupakan prioritas pertama. Identifikasi ini dapat dilakukan dengan mendefinisikan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen, serta merencanakan



Keterlibatan total atau komitmen disini adalah komitmen untuk mutu. Dalam konteks ini, komitmen mengandung pengertian: sadar tentang yang terbaik dan bermutu; berani mengambil keputusan yang obyektif untuk mencapainya; berjanji (kepada diri sendiri, masyarakat, dan tuhan) untuk melaksanakan keputusan itu dengan sungguh-sungguh dan jujur.

### 3. Pengukuran (*measurement*)

Pengukuran penting untuk menetapkan beberapa bentuk dasar pengukuran internal/eksternal terhadap organisasi dan pelanggan meliputi:

- a. Pengukuran dan pengembangan proses dan hasil:
- b. Identifikasi *output* dari proses pekerjaan yang penting sesuai dengan persyaratan pelanggan;
- c. Mengoreksi dan memperbaiki sendiri ketika terjadi kesalahan dalam pekerjaan, tanpa harus menunggu petunjuk dari level yang lebih tinggi.

### 4. Dukungan sistematis (*systematic support*)

Dukungan secara sistematis oleh manajemen akan mendorong tercapainya mutu jasa secara optimal. Dalam hal ini manajemen bertanggung jawab untuk;

- 1) Membangun infrastruktur mutu manajemen internal;

tinggi tertentu. Sedangkan pelanggan eksternal tidak langsung meliputi *legislature bodies*, masyarakat yang dilayani, BAN, alumni, dan donatur, yang mempengaruhi keputusan dan operasi perguruan tinggi. Perhatian pada pelanggan-pelanggan ini harus diprioritaskan berdasarkan urutan karena pelanggan internal dan pelanggan eksternal langsung merupakan penerima langsung dari program, pelayanan, dan riset akademik yang berkualitas dari suatu perguruan tinggi. Sementara itu, pelanggan eksternal tidak langsung juga perlu dilayani dengan baik, karena mereka memiliki kendali finansial dan akreditasi.

2. Pelanggan perguruan tinggi menurut Daulat P. Tampubolon, 2001:155 mempunyai tiga jenis yaitu:

a. Pelanggan primer (mahasiswa )

Data tentang mahasiswa harus didapatkan, diinventarisikan, dan diarsipkan. Data terutama menyangkut latar belakang sosial-budaya-ekonomi, daerah, usia, jenis kelamin, dan pendidikannya. Data ini diperoleh pada waktu registrasi. Karena itu formulir registrasi harus dapat memuat data yang dimaksud. Kemudian data kemahasiswaan juga harus meliputi kegiatan akademik (kurikuler), ekstra kurikuler, dan lain-lain juga menyangkup data kemajuan (keberhasilan) dan kelemahan (kegagalan. Perlu alat-alat administrasi yang dapat memuat data itu.

Semua data harus diolah (dianalisis) sehingga dapat dipergunakan dengan mudah apabila diperlukan. Data itu merupakan dasar utama untuk memahami setiap mahasiswa.

- b. Pelanggan sekunder (pengelola, pemerintah, orang tua, masyarakat, organisasi/lembaga sponsor, dan lain-lain)

Data tentang pengelola perguruan tinggi (pimpinan, dosen, tenaga penunjang akademi, pegawai administrasi) juga perlu ada. alat administrasi untuk memuat data itupun tersedia. Disamping itu, berbagai informasi tentang pelanggan sekunder lainnya juga perlu dikumpulkan dan diarsipkan secara khusus, perguruan tinggi juga perlu mengumpulkan informasi tentang berbagai informasi tentang berbagai perubahan yang terjadi dalam masyarakat, seta perguruan tinggi perlu membina dan mengembangkan hubungan kerja sama.

- c. Pelanggan tersier (dunia kerja, dan lain lain)

Data tentang dunia kerja sangat perlu ada pada perguruan tinggi semaksimalnya. Ini sangat perlu karena dunia kerja akan menampung produk perguruan tinggi, terutama lulusan. Data tersebut akan merupakan informasi yang sangat berguna bagi perguruan tinggi dalam memahami pelanggan tersiernya untuk itu perlu membina dan



mengembangkan jaringan kerjasama yang baik dengan dunia kerja.

### 3. Kebutuhan pelanggan perguruan tinggi

#### a. Kebutuhan manusia

Pelanggan-pelanggan perguruan tinggi adalah manusia, kebutuhannya ialah segala sesuatu yang diperlukan manusia untuk kehidupannya dalam pendidikan. (Daulat P.Tampubolon, 1996: 157) mengemukakan empat kebutuhan dasar manusia dari segi pendidikan yaitu:

- 1) Pengembangan dalam keterampilan berkomunikasi: pengembangan kemampuan berbahasa yang komunikatif, baik lisan (mendengar dan berbicara) maupun lisan (membaca dan menulis)
- 2) Mengembangkan keterampilan kepribadian: pengembangan kemampuan menentukan tujuan pribadi dalam kehidupan, motivasi kerja untuk mencapainya, serta mengembangkan kepribadian yang bermutu
- 3) Pengembangan keterampilan bekerja dalam tim
- 4) Pengembangan keterampilan kognitif: pengembangan kemampuan berpikir rasional dalam mengatasi masalah.

b. Kebutuhan akan mutu

Para pelanggan perguruan tinggi juga membutuhkan atribut-atribut mutu karena, perguruan tinggi harus mengusahakannya dalam produksi jasa-jasa itu, atribut-atribut mutu akan tumbuh dan membudaya dalam diri pada pelanggan, terutama mahasiswa. Dalam pengertian ini kebutuhan mereka terpenuhi

c. Kebutuhan eksplisit dan implisit

Di perguruan tinggi kebutuhan baru bagi pelanggan (mahasiswa) seperti penelitian, atau hasil penelitian, berupa hasil penelitian teknologi maupun metode dan tehnik pengajaran (penyajian jasa). Kebutuhan ini perlu mendapatkan perhatian untuk tujuan ini perguruan tinggi perlu selau proaktif dan mutu kegiatan penelitian terus ditingkatkan.

d. Kebutuhan berdasarkan kelemahan

Kebutuhan ini diidentifikasi dan ditentukan berdasarkan kelemahan dimasa lalu. Di perguruan tinggi hal ini sangat penting. Kelemahan-kelemahan mahasiswa dalam perkuliahan, misalnya perlu diinventarisasi dosen selama tengah semester pertama dan kedua. Data-data kelemahan itu dianalisis dengan metode sebab akibat untuk menemukan akarnya. Solusi ini merupakan kebutuhan

mahasiswa bersangkutan inilah kebutuhan berdasarkan kelemahan. Kebutuhan seperti ini juga ada para pengelola perguruan tinggi. Tetapi, kebutuhan ini umumnya cenderung kurang bahkan tidak diperhatikan, sehingga peningkatan mutu kurang bahkan jarang sekali.

e. Kebutuhan yang diciptakan

Di perguruan tinggi kebutuhan baru bagi pelanggan dapat diciptakan berdasarkan pengalaman masa lalu dan masa kini serta prediksi masa depan tentang perkembangan masyarakat produk yang merupakan kebutuhan baru itu diproduksi, produk yang merupakan kebutuhan baru itu dapat dipromosikan.

f. Kebutuhan lokal, nasional, regional dan global

Sehubungan dengan pelanggan tersier (dunia kerja), bukan hanya kebutuhan lokal (daerah) dan nasional yang harus diperhatikan oleh perguruan tinggi, tetapi juga kebutuhan regional dan global. Produk perguruan tinggi, khususnya lulusan, harus dapat memenuhi kebutuhan regional.

4. Cara mengetahui kebutuhan pelanggan perguruan tinggi

Menurut Daulat P.Tampubolon, 2001:164) ada beberapa cara mengetahui kebutuhan pelanggan yaitu:

a. Cara mengetahui kebutuhan pelanggan primer



- 1) Mengadakan obsevasi tentang pelaksanaan pendidikan pada jenjang sebelumnya secara periodi, khususnya SMU dan SMK yang merupakan sumber utama calon-calon mahasiswa. Kelemahan dan kekuatan para calon mahasiswa (siswa dikelas III) perlu diperhatikan. Tes bakat perlu diadakan. Dalam hubungan ini perguruan tinggi perlu membina kerja sama dengan SMU dan SMK.
  - 2) Mengadakan tes kemampuan dalam beberapa mata pelajaran dasar,
  - 3) Data-data registrasi dikumpulkan, dianalisis, dan diarsipkan oleh para pegawai administrasi
  - 4) Pada pemeriksaan kertas ujian, dosen perlu mencatat kelemahan dan kekuatan mahasiswa, kelemahan dasar dianalisis dengan metode sebab akibat
  - 5) Membagikan angket kepada mahasiswa pada tengah dan akhir semester untuk meminta pendapat mereka tentang perkuliahan dan program lainnya
  - 6) Memperhatikan dan mencatat aspirasi para mahasiswa, yang disampaikan secara lisan maupun tulisan, secara pribadi atau kelompok.
- b. Cara mengetahui kebutuhan pelanggan sekunder

- 1) Membina hubungan baik dengan orang tua mahasiswa dan kelompok-kelompok masyarakat. Pada waktu tertentu

diadakan jajak pendapat mereka tentang perguruan tinggi. Komunikasi dengan orang tua dapat dilakukan dengan selalu mengirimkan hasil-hasil ujian semester mahasiswa bersangkutan.

- 2) Membina hubungan baik dengan pemerintah dan organisasi/sponsor pemberi bantuan dari dalam maupun luar negeri. Pada waktu tertentu, pendapat mereka juga perlu dikumpulkan melalui angket.
- 3) Memperhatikan dan menginventarisasi aspirasi serta saran para anggota pengelola perguruan tinggi.
- 4) Mengadakan analisis jabatan disetiap tingkatan manajemen untuk mengetahui kebutuhan ketenagaan (SDM)
- 5) Mengadakan pameran dikampus dan pelanggan-pelanggan sekunder diundang untuk mengerti pendapat dan saran mereka.

c. Cara menegetahui pelanggan tersier

- 1) Membina dan hubungan kerja sama yang baik dengan dunia usaha perusahaan, industri swasta dan pemerintah, serta badan dan lembaga-lembaga penyediaan lapangan kerja. Melalui hubungan itu, meminta dan mengumpulkan informasi tentang kebutuhan tenaga kerja dan perkembangan ilmu tehnologi.

- 2) Mengumpulkan informasi tentang analisis jabatan diberbagai perusahaan, badan pemerintah, dan lembaga-lembaga lain untuk mengetahui kemampuan-kemampuan yang dibutuhkan.
- 3) Mengumpulkan informasi tentang kewirausahaan
- 4) Mengundang pihak dunia usaha secara periodik untuk memberi ceramah (kuliah umum).
- 5) Mengadakan seminar bersama dengan pihak dunia usaha.
- 6) Pada waktu tertentu mengikut sertakan pihak dunia usaha dalam evaluasi terhadap mahasiswa.
- 7) Mengadakan hubungan kerjasama dengan lembaga-lembaga pendidikan/pelatihan lanjutan didalam maupun luar negri sehingga dapat saling bertukar informasi dengan lebih baik.

#### **e. Dimensi Mutu Jasa**

Menurut Parasuraman dkk, (1985) ada 5 dimensi kualitas jasa yaitu:

- 1) *Reliability*, yakni kemampuan memberikan jasa dengan segera dan memuaskan
- 2) *Responsiveness*, yakni kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap.
- 3) *Assurance*, yakni kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh staf, bebas dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan.



- 4) *Enphaty*, yakni kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.
- 5) *Tangibles*, yakni fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Dalam Jurnnal Penelitian Agama, (Abdul Majid dan Syamsuddin. HS, 2006: 414) juga menjelaskan bahwa lima dimensi pokok yang menentukan kualitas perguruan tinggi yaitu:

a) Keandalan (*reliability*)

Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera/tepat waktu, akurat, dan memuaskan. Misalnya, penawaran mata kuliah yang benar benar sesuai dengan kebutuhan (tuntutan keterampilan, profesi, dan dunia kerja); jadwal perkuliahan dan ujian yang akurat; proses perkuliahan yang berlangsung lancar; penilaian yang *fair* dalam perkuliahan; akurasi dalam perhitungan Indeks Prestasi; bimbingan KRS yang lancar dan cepat; kepastian studi lanjut dosen yang terencana dan terlaksana dengan baik; dana penelitian dosen, kegiatan mahasiswa, maupun aktifitas lainnya dapat "turun" tepat waktu dan sesuai dengan yang dijanjikan.

b) Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap merupakan kemauan/kesediaan para staf untuk membantu para pelanggan (mahasiswa) dan memberikan pelayanan yang cepat. Membiarkan pelanggan menunggu untuk alasan yang tidak jelas bisa menimbulkan persepsi negatif terhadap mutu. Dengan demikian, rektor, pembantu rektor, dekan, pembantu dekan, ketua jurusan sekretaris jurusan dan para pejabat struktural lainnya harus mudah ditemui; dosen juga harus mudah ditemui mahasiswa untuk keperluan konsultasi; proses belajar-mengajar hendaknya diupayakan interaktif dan memungkinkan para mahasiswa mengembangkan seluruh kapasitas, kreatif dan kapabilitasnya; fasilitas pelayanan yang ada (perpustakaan, komputer, lab, ruang kuliah, lapangan olah raga, dan lain-lain) harus mudah diakses oleh setiap insan kampus; prosedur administrasi penerimaan mahasiswa baru harus sederhana; tidak “birokratis” atau berbelit-belit; dan lain lain. Dalam hal ini sering terjadi *service failure*, oleh karena itu kemampuan melakukan perbaikan secara cepat dan professional bisa menciperguruan tinggiakan persepsi mutu yang sangat positif. Sebagai contoh, bila ada komputer yang rusak di laboratorium harus segera diambil tindak lanjut, yaitu menginformasikannya kepada para calon pemakai dan segera memperbaikinya.

c) Jaminan (*assurance*)

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, respek terhadap pelanggan, dan sifat dapat di percaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan. Sebagai contoh, seluruh jajaran (dosen, asisten dosen, an karyawan non akademik) harus benar-benar kompeten dibidangnya, reputasi perguruan tinggi yang positif dimata masyarakat, sikap dan perilaku seluruh jajaran mencerminkan profesionalisme dan kesopanan, dan lain-lain.

d) Empati (*empaty*)

Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Misalnya, dosen mengenal nama mahasiswa yang menempuh mata kuliah yang diampunya; dosen pembimbing akademik bisa benar benar berperan sesuai fungsinya; setiap dosen bisa dihubungi dengan mudah, baik di ruang kerja, *via* telpon, maupun *e-mail*; dan lain-lain.

e) Bukti langsung (*tangibles*)

Bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan/dosen, dan sarana komunikasi. Misalnya kampus, fasilitas komputer, fasilitas perpustakaan, ruang kuliah, ruang dosen, ruang seminar, media perkuliahan, kantin, tempat parkir, *bookstore*. jurnal ilmiah fakultas/universitas, sarana ibadah



fasilitas olah raga, laboratorium, penampilan dan busana staf (dosen dan karyawan), dan lain-lain.

Kelima dimensi diatas digunakan pelanggan untuk menilai mutu jasa (*service quality*), yang didasarkan pada perbandingan antara jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersiapkan (*perceived service*).

#### **f. Mutu Pelayanan Akademik**

Daulat P. Tampubolon, (2001: 141) menjelaskan implikasi mendasar dalam pelayanan termasuk pelayanan akademik ialah adanya pihak yang melayani (pelayan), adanya pihak yang dilayani (pelanggan) dan terjadinya melayan-dilayani (memberi dan menerima). Karena sesungguhnya itulah yang dialami dalam kegiatan akademik sebuah perguruan tinggi. Semua perlu pelayanan yang bermutu, sehingga dalam pelayanan terhadap pelanggan akademik (mahasiswa, staf pengajar/departemen) merasakan kepuasan dalam mutu pelayanannya.

Keseimbangan dalam proses pelayanan, semua sivitas akademik harus berusaha untuk mampu melayani. Dalam mutu pelayanan akademik maka makna melayani, pelayan, kepelayanan serta pelanggan sangat penting dan perlu dikembangkan. Perguruan tinggi membutuhkan para mahasiswa, karena tanpa mereka perguruan tinggi tidak akan ada, sebaliknya para mahasiswa juga membutuhkan perguruan tinggi, karena perguruan tinggi menyediakan berbagai jasa yang memberdayakan. Dosen membutuhkan mahasiswa dan mahasiswa membutuhkan dosen.

Dunia kerja membutuhkan perguruan tinggi, karena perguruan tinggi menghasilkan lulusan dan jasa yang dibutuhkan di dunia kerja, karena itu tidak ada tempat untuk pihak yang mementingkan diri sendiri dan menganggap dirinya lebih penting. Pada dasarnya semua unsur akademik adalah suatu tim kerja sama. (Daulat P tampubolon, 2001:144).

Kesadaran akan mutu pelayanan akademik Fakultas Agama Islam UMY ini dalam memberikan pelayanan akademik; dosen terhadap mahasiswa juga sebaliknya mahasiswa terhadap dosen, tata usaha dan karyawan terhadap mahasiswa dan mahasiswa terhadap tata usaha dan karyawan saling memberikan pelayanan yang baik sehingga akan tercipta perguruan tinggi dalam mutu pelayanan akademiknya sesuai yang diharapkan.

#### **g. Pengukuran Mutu dan Jasa**

Dalam menganalisa mutu jasa dapat dilakukan dengan cara mengkuantitatifkan dimensi mutu jasa dengan menggunakan skala Likert pada kuesioner yang disebarakan kepada responden. Zithaml dkk. (1998) mengukur mutu jasa dengan *perceived service quality*, yang merupakan model dapat mengukur perbedaan/gap antara harapan dengan persepsi pelanggan. Gap antara harapan dengan persepsi pelanggan ini merupakan gap yang ke-5. Ini tergantung pada gap yang berasal dari sisi pemasaran, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.1

Gambar 1.1 diatas dapat dijelaskan bahwa mutu jasa yang merupakan selisih antara jasa yang diterima dengan jasa yang diharapkan oleh pelanggan dapat dibentuk melewati 4 gap lainnya. Jasa yang diharapkan oleh pelanggan terbentuk dari pengalaman pelanggan selama menggunakan jasa tersebut, kebutuhan pribadi, dan komunikasi.

Gap ke 1 Jika diterapkan dalam jasa perguruan tinggi, maka persepsi mahasiswa dapat dibentuk melalui pengalaman mereka menjalani kuliah di perguruan tinggi, maupun kebutuhan pribadinya dan komunikasi dengan pihak lain. Dengan demikian, ketika mereka telah atau sedang menjalani perkuliahan, maka mereka dapat membentuk suatu harapan akan mutu perguruan tinggi. Manajemen akan berusaha untuk memahami apa yang diharapkan oleh mahasiswanya. Tetapi, seringkali apa yang dipahami oleh manajemen tersebut keliru, atau tidak sesuai dengan apa sebenarnya diharapkan oleh mahasiswa. Gap ke 2 persepsi manajemen akan harapan pelanggan tersebut, manajemen akan menterjemahkan ke dalam spesifikasi mutu jasa. Manajemen seringkali mengalami kesulitan ketika mereka berusaha untuk memenuhi harapan pelanggan. Hal ini disebabkan karena batasan sumber, kondisi pasar, dan orientasi laba. Dengan demikian, persepsi manajemen tentang mutu yang akan diharapkan oleh pelanggan bisa berbeda dengan spesifikasi mutu aktual yang diberikan oleh manajemen. Gap ke 3 spesifikasi mutu aktual ditentukan oleh manajemen, maka manajemen mulai menyerahkan mutu yang aktual kepada pelanggan. Antara spesifikasi mutu aktual yang



kepada kinerja dipengaruhi oleh kebutuhan mereka akan sarana pendidikan. (Syamsudin, 2005: 30-34)

## **2. Prestasi belajar Mahasiswa**

Dalam proses belajar mengajar, mahasiswa mengalami suatu perubahan dalam bidang pengetahuan, pemahaman, keterampilan dan sikap. Adanya perubahan ini dapat dilihat dari prestasi belajar siswa yang dihasilkan oleh mahasiswa dari kegiatan mengerjakan ujian semester dan mengerjakan tugas yang diberikan oleh dosen. Kata prestasi belajar mengandung dua kata yakni “prestasi” dan “belajar” yang mempunyai arti berbeda. Oleh karena itu sebelum pengertian “prestasi belajar” dibicarakan ada baiknya kedua kata itu dijelaskan artinya satu persatu.

Menurut Syaiful Bahri Djamarah (1994:21), menyatakan bahwa prestasi adalah penilaian pendidikan tentang perkembangan dan kemajuan mahasiswa yang berkenaan dengan penguasaan bahan pelajaran yang disajikan kepada mereka dan nilai-nilai yang terdapat di dalam kurikulum. Belajar adalah merupakan perubahan tingkah laku untuk mencapai tujuan dari tidak tahu menjadi tahu atau dapat dikatakan sebagai proses yang menyebabkan terjadinya perubahan tingkah laku dan kecakapan seseorang.

Selanjutnya Abdurrahman Saleh (1981: 92) memberikan prestasi belajar atau hasil belajar adalah hasil yang dicapai siswa dari mempelajari tingkat penguasaan ilmu pengetahuan tertentu dengan alat ukur berupa evaluasi yang dinyatakan dalam bentuk angka huruf atau kata atau simbol, dengan istilah lain yakni prestasi.

lingkungan yang terpenting yang berfungsi sebagai lingkungan kedua yang sangat mendukung dalam mendidik anak atau siswa/mahasiswa dalam pelayanan pun dapat berpengaruh dalam prestasi mahasiswa, setelah lingkungan utama yaitu lingkungan keluarga. (<http://www.sekolah-online.net>)

Dari pengertian di atas jelas bahwa prestasi belajar didukung oleh beberapa faktor yaitu intern dan eksteren dalam hal ini faktor eksteren juga mendominasi akan prestasi mahasiswa, misalnya juga dalam pelayanan akademik, jika dalam pelayanan akademik mahasiswa itu baik maka mahasiswa juga terdorong untuk melakukan dalam meningkatkan prestasi belajar. Pelayanan yang bermutu akan membuat mahasiswa senang akan pelayanan dalam mengurus perjalanan dalam meraih prestasi baik itu dosen, karyawan atau semua yang terkait dalam pelayanan akademik dapat melaksanakan pelayanan paripurna maka akan terjalin kerjasama dengan mahasiswa dalam meraih prestasi dalam akademik.

Maka dalam pelayanan akademik merupakan salah satu proses mengembangkan strategi peningkatan mutu pelayanan dalam proses akademik, karena meliputi mahasiswa, staf pengajar, program dan departemen dalam program akademik yang mempengaruhi program tertentu. Hal ini meliputi pelanggan untuk administrasi adalah mahasiswa, karyawan dan unit, departemen atau divisi yang mempengaruhi suatu pelayanan atau aktivitas.

Untuk meningkatkan prestasi belajar akademik diantaranya pelayanan mahasiswa dalam melaksanakan prestasi akademiknya, maka semua departemen atau divisi yang mempengaruhi pelayanan memberikan yang terbaik terhadap meningkatkan prestasi akademik mahasiswa.

### **G. Hipotesis**

Agar penelitian yang digunakan dapat terarah, maka perumusan hipotesis perlu dilakukan. Hipotesis dapat diartikan sebagai dengan yang mungkin benar atau salah. Hipotesis akan ditolak jika salah dan akan diterima apabila fakta-faktanya membenarkannya.

Adapun hipotesis ( $H_k$ ) yang penulis ajukan adalah: "ada korelasi positif antara mutu pelayanan akademik dengan prestasi belajar mahasiswa FAI Universitas Muhammadiyah Yogyakarta".



## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Adapun penelitian ini jenisnya kuantitatif, kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. pada umumnya kuantitatif dapat dilakukan berupa penelitiann hubungan atau penelitian korelasi (S. Margono,1996: 105)

### 2. Definisi oprasional variable penelitian

konsep atau variabel penelitian secara operasional sebagai berikut

#### a. Objek penelitian

Objek penelitian ini terdapat dua variabel.

#### 1) Variabel Independen

Variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi (X) variabel lain. Dalam penelitian ini variabel independen nya adalah mutu pelayanan akademik FAI UMY. Indikator variabel ini adalah

**Tabel 1.2**  
**Indikator Variabel**

No	Indikator
1.	Keandalan ( <i>reliability</i> ) Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera/tepat waktu, akurat, dan memuaskan.
2.	Daya tanggap ( <i>reponsiveness</i> ) Daya tangkap merupakan kemauan/kesediaan para staf untuk membantu para pelanggan (mahasiswa) dan memberikan pelayanan yang cepat. Membiarkan pelanggan menunggu untuk



Menurut Sutrisno Hadi (1995: 7), populasi adalah semua individu untuk siapa kenyataan diperoleh dari sample itu hendaknya digeneralisasi. Suharsimi Arikunto (1999: 115 – 116) menyebutkan bahwa, populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian atau wakil dari populasi. Untuk mengambil besarnya sampel dari populasi

Populasi yang ada di Fakultas Agama Islam Muhammadiyah Yogyakarta sebanyak 155 yang aktif dari angkatan 2005 sebanyak 90 angkatan 2006 sebanyak 63 mahasiswa. dan alasan mengambil sampel angkatan tersebut karena angkatan tersebut masih merasakan akan pelayanan dan masih aktif kuliah,

### 4. Tehnik Pengumpulan Data

#### a. Metode angket

Jenis angket ini isian tertutup artinya isinya sudah ditentukan. Dengan demikian ini dimaksudkan untuk memperoleh jawaban-jawaban responden (siswa) tentang persepsi siswa terhadap mutu

d. Metode dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data berupa menghimpun nilai yang ada dalam transkrip nilai mahasiswa yang diperoleh dari TU.

**5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

a. Uji validitas

Agar data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner ini valid (sahih) dan reliabel (handal), maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap butir-butir pertanyaan atau kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Validitas Pearson* yaitu pengujian validitas terhadap korelasi antara setiap item dengan skor total tes yaitu jika hasil dari uji tersebut dapat dikatakan valid berada dibawah angka 0,05 sebagai kriterianya. Dari hasil uji validitas dengan bantuan komputer program SPSS 12 (Sutrisno Hadi, 2003 :124)

b. Uji reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran, artinya hasil ukur dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subyek sama diperoleh hasil yang relative sama jika aspek yang di ukur dalam diri subyek belum berubah. Pengujian reliabilitas alat ukur dengan pendekatan konsistensi internal dengan tehnik komputasi *alpha crobach*. Dalam formula *alpha crobach* data dibelah

FAI UMY maka dengan bantuan Komputer dengan program SPSS 12.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan adalah urutan persoalan yang akan dibahas secara keseluruhan dari permulaan sampai akhir. Untuk mempermudah dalam pembahasan penelitian ini maka sistem penelitian yang peneliti kemukakan adalah sebagai berikut:

### **1. Bagian Formalitas**

Bagian ini terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar table, dan halaman daftar lampiran.

### **2. Bagian Isi**

Bagian ini menguraikan isi skripsi yang terdiri dari beberapa bab, yaitu:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Ini meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teoritik, hipotesis, metode penelitian, sistematika pembahasan.

#### **BAB II GAMBARAN UMUM FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**



Ini meliputi: sejarah singkat Fakultas Agama Islam, visi dan misi, tujuan pendidikan, jurusan dan status, kelembagaan organisasi dan kepemimpinan, periode kepemimpinan, sistem pendidikan.

### **BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Ini meliputi mutu pelayanan akademik, prestasi belajar mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, hubungan mutu pelayanan akademik dengan prestasi belajar mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

### **BAB IV PENUTUP**

Ini meliputi kesimpulan, saran, dan penutup, kemudian bagian akhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang diperlukan.