

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persoalan kualitas pelayanan dalam dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi saat ini menjadi harga yang harus dibayar oleh perguruan tinggi agar dapat bertahan dalam bisnisnya. Dahulu kualitas pelayanan masih dapat menjadi senjata agar perguruan tinggi dapat memenangkan persaingan, namun kini hampir semua perguruan tinggi dapat menghasilkan kualitas yang sama. Saat ini persoalan kualitas pelayanan menjadi sesuatu yang wajib dipenuhi oleh setiap perguruan tinggi untuk memenangi persaingan didalam dunia bisnis pendidikan.

Perguruan tinggi yang tidak memperhatikan kualitas pelayanan lambat laun akan ditinggalkan oleh pelanggannya, dimana pelanggan disini berarti mahasiswa atau calon mahasiswa baru. Begitu pentingnya kualitas pelayanan banyak perguruan tinggi yang berlomba-lomba meningkatkan kualitas dengan memberikan kemudahan-kemudahan bagi para mahasiswanya untuk mengakses segala keperluan akademik. Salah satu terobosan yang dilakukan adalah penggunaan teknologi dimana mahasiswa dapat melihat hasil ujian via SMS (*short message service*), sehingga mahasiswa tidak perlu repot-repot datang ke kampus hanya untuk melihat hasil ujian semester.

Permasalahan mengelola kualitas pelayanan perguruan tinggi tidak dapat berhenti hanya sebatas meningkatkan kualitas, tetapi bagaimana perguruan tinggi mampu mengelola kualitas pelayanan untuk menghindari terjadinya kesenjangan (*gap*) persepsi mengenai kualitas pelayanan yang diharapkan para mahasiswa. Apabila terdapat perbedaan mengenai persepsi kualitas antara pihak manajemen dengan para mahasiswa maka lambat laun pasti kepuasan mahasiswa akan menurun tajam, untuk mengembalikan kepercayaan dari mahasiswa perguruan tinggi butuh banyak waktu, biaya dan tenaga untuk menumbuhkan rasa kepercayaan itu kembali. Pada akhirnya perguruan tinggi tersebut tidak dapat mengefisiensikan operasionalnya, perguruan tinggi yang baik adalah perguruan tinggi yang dapat bergerak secara efektif dan efisien dalam hal operasionalnya.

Saat ini konsumen di Indonesia telah mengenal ISO 9000 dan juga Undang-undang mengenai perlindungan konsumen yang dibuat untuk melindungi para konsumen dari rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Undang-undang perlindungan konsumen telah berlaku sejak 20 April 2000, UU No.8/1999 yang memuat segala sesuatu yang berhubungan dengan keluhan dari para konsumen terhadap produsen untuk melindungi hak-haknya secara hukum.

Undang-undang perlindungan konsumen menganut pembuktian terbalik dan inilah yang harus diwaspadai oleh para produsen atau pemberi layanan. Pembuktian terbalik memiliki arti, jika adanya keluhan dari konsumen maka pembuktiannya ada ditangan produsen. Apabila produsen tidak berhasil membuktikannya maka segala tuduhan yang dituduhkan akan dianggap benar dan

produsen wajib menanggung semua konsekuensinya. Dalam ketentuan undang-undang perlindungan konsumen jelas dikatakan bahwa konsumen adalah setiap orang atau pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat. Hal itu berlaku bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya yang tidak diperdagangkan.

Pengertian jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen, menjadikan kepuasan konsumen sebagai tujuan akhir (Rambat, 2001:142). Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 1997:36). Perguruan tinggi yang berbasis pada kepuasan pelanggan memandang kualitas adalah sesuatu hal yang harus dapat diramu sehingga dapat memaksimalkan kepuasan mahasiswa. Apabila tidak dapat meramu dengan baik maka dapat menimbulkan kesenjangan (*gap*) antara perusahaan dengan pelanggan karena tidak terwujudnya kesamaan persepsi tentang wujud pelayanan (Rambat, 2001:150).

Perguruan tinggi harus dapat mencegah perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan sehingga kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan dapat sejalan dengan apa yang diinginkan oleh para pelanggannya. Adapun salah satu kesenjangan (*gap*) yang dapat menyebabkan perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan sebagai berikut (Rambat, 2001:150), kesenjangan (*gap*) spesifikasi kualitas jasa yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai

harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan (*gap*) terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas dan tidak adanya penyusunan tujuan (Rambat, 2001: 150) . Perguruan tinggi yang berorientasi kepada kepuasan mahasiswa selalu dapat meramu dan mengelola dengan baik dimensi-dimensi kualitas pelayanan, dengan tujuan untuk menghindari perbedaan persepsi antara perguruan tinggi dengan mahasiswa, apabila gagal mengelola maka kepuasan pelanggan yang dijadikan sebagai sasaran tidak akan pernah terwujud (Rambat, 2001:150).

Fenomena diatas menggambarkan sedikit keadaan betapa pentingnya kualitas pelayanan jasa dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan kepiawaian pihak manajemen dalam meramu dimensi kualitas pelayanan untuk menghindari perbedaan persepsi antara perusahaan dengan para pelanggan.

Berangkat dari latar belakang diatas, penelitian ini melakukan analisa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Pusat Pelatihan Bahasa (PPB) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk mengetahui sejauh mana kepuasan yang telah didapat oleh para mahasiswa. Adapun judul penelitian ini adalah “Pengukuran Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Pelatihan Bahasa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”.

B. Batasan Masalah Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kesenjangan (*gap*) yang disoroti dalam penelitian ini adalah kesenjangan antara pelayanan yang dirasakan dengan yang diharapkan pelanggan.
2. Lima determinan kualitas jasa yang diteliti adalah sebagai berikut (Parasuraman. et. al, 1988):
 - a. Bukti fisik (*tangible*) merupakan penampilan fisik, personel dan media komunikasi.
 - b. Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
 - c. Tanggapan (*responsiveness*) merupakan kemauan untuk mau selalu membantu mahasiswa dalam memberikan jasa dengan cepat.
 - d. Jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan dalam menguasai pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk dapat menimbulkan kepercayaan dan keyakinan dimahasiswa.
 - e. Empati (*emphaty*) merupakan syarat untuk mau peduli dan memberikan saran dan pengertian pribadi kepada mahasiswa.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja pelayanan yang diberikan PPB UMY dibandingkan dengan harapan mahasiswa terhadap pelayanan PPB UMY ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan PPB UMY terhadap kepuasan mahasiswa ?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Membandingkan kinerja pelayanan yang diberikan PPB UMY dengan harapan mahasiswa.
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan PPB UMY terhadap kepuasan mahasiswa.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pusat Pelatihan Bahasa (PPB)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dalam mengeluarkan kebijakan yang berkaitan dengan upaya peningkatan kepuasan mahasiswa.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dijadikan sebagai kesempatan yang sangat besar untuk menambah pengetahuan dan pengalaman yang berharga dalam menerapkan ilmu yang didapat.

3. Bagi Pembaca

Dapat dijadikan referensi bagi penelitian lain yang ingin melakukan dan mengembangkan penelitian selanjutnya.