

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA INSTITUSI TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA MAGISTER MANAJEMEN UNIVERSITAS TELKOM

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Universitas Telkom

Telkom University (disingkat Tel-U) merupakan penggabungan dari beberapa institusi yang berada dibawah badan penyelenggara Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) yaitu IT Telkom, IM Telkom, Poltek Telkom dan STISI Telkom. Tel-U mengkhususkan program studinya pada bidang “*Information and Communications Technologies, Management and Creative Industries*” sebagai jawaban atas tuntutan perkembangan industri TIK yang begitu pesat.

Rata-rata pertumbuhan sektor bisnis telekomunikasi di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 20% tiap tahunnya. Pertumbuhan ini meliputi bisnis layanan komunikasi berbasis seluler, telepon tetap, internet, dan akses pita lebar. Dengan jumlah pertumbuhan sebesar itu, diperkirakan kebutuhan tenaga Infokom pada tahun 2010 di Indonesia adalah sebanyak 320.000 orang.

Saat ini penyedia lulusan infokom berasal dari perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta, termasuk Tel-U. Namun jumlah lulusan dari perguruan-perguruan tinggi yang memiliki program studi terkait dengan bidang infokom tersebut, baru sekitar 20.000 orang per tahun.

Tel-U mencanangkan di tahun 2017 nanti akan menjadi perguruan tinggi berkelas internasional yang unggul di bidang Infokom dan menjadi agen perubahan dalam membentuk insan cerdas dan kompetitif.

Visi Telkom University adalah menjadi perguruan tinggi berkelas dunia (*World Class University*) yang berperan aktif dalam pengembangan ilmu

pengetahuan dan seni berbasis teknologi informasi. Misi yang ingin dicapai yaitu:

1. Menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan berstandar internasional.
2. Mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, manajemen, dan seni yang diakui secara internasional.
3. Memanfaatkan ilmu pengetahuan, teknologi, manajemen, dan seni, untuk kesejahteraan dan kemajuan peradaban bangsa.

Tujuan dari Telkom University adalah:

1. Tercapainya kepercayaan dari seluruh pemangku kepentingan.
2. Menghasilkan lulusan yang memiliki integritas, kompetensi, dan daya saing nasional dan internasional.
3. Menciptakan budaya riset, atmosfer akademik lintas budaya, dan jiwa kewirausahaan di kalangan sivitas akademika.
4. Menghasilkan karya penelitian dan produk inovasi yang bermanfaat dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan mendukung pembangunan ekonomi nasional.

Nilai yang dipegang teguh oleh Telkom University adalah *Professionalism, Recognition of achievement, Integrity, Mutual respect Entrepreneurship* (PRIME), dengan logo yang digunakan sebagai berikut:



1. Bentuk dasar Logo Tel-U berupa perisai melambangkan institusi yang kokoh dan memiliki daya juang yang tinggi, dengan inisial huruf T dari 'Telkom' menandakan ciri/identitas dan kebanggaan untuk bersama mengembangkan diri.
2. Dasar perisai berupa huruf U dari 'University' sebagai landasan konsep komunitas pendidikan dan riset tingkat tinggi.

3. Bentuk utama pada puncak perisai berupa 'buku terbuka' melambangkan keterbukaan pikiran dan imajinasi, siap mengembangkan inovasi dan pedoman keilmuan baru dalam globalisasi dunia.

Universitas Telkom didalam menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan yang berstandar internasional selain mengutamakan Peraturan Pemerintah melalui Menteri Pendidikan dan Kebudayaan juga memperhatikan bagaimana layanan yang diberikan kepada mahasiswa dan mahasiswinya baik melalui layanan yang diberikan juga melalui citra yang selama ini sudah melekat pada Universitas Telkom khususnya Program .

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perguruan tinggi memiliki peran yang sangat penting dan strategis sebagai agen pembangunan terkait dengan tanggung jawab untuk mempersiapkan generasi masa depan yang berkualitas. Pendidikan tinggi juga memikul tugas sebagai partner pemerintah, dunia bisnis dan masyarakat yang diharapkan dapat menciptakan kehidupan dan dunia kerja yang lebih berkualitas serta berperan aktif dalam menghidupkan etika dan moralitas dalam sendi-sendi kehidupan. Hanya organisasi yang mampu melakukan perbaikan secara terus-menerus (*continuous improvement*) yang mampu untuk berkembang di era globalisasi dan pasar bebas. Perguruan tinggi sebagai lembaga yang dinamis harus mampu melakukan perbaikan secara terus-menerus. Pengelolaan perguruan tinggi harus ditujukan untuk mengantisipasi kehidupan yang penuh ketidakpastian, paradoksial, dan penuh persaingan. Perguruan tinggi harus berupaya dengan sungguh-sungguh memberdayakan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Perkembangan pendidikan dan tingkat pendapatan masyarakat menambah kesadaran masyarakat untuk mendapatkan layanan yang baik menjadi semakin tinggi, sehingga dengan biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang diharapkan sehingga menimbulkan kepuasan. Harapan mahasiswa dan kinerja perguruan tinggi yang disampaikan dapat dinilai berbeda oleh mahasiswanya. Konteks

kepuasan pada umumnya harapan yang merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan mahasiswa dibentuk oleh pengalaman terdahulu yang pernah dirasakan baik oleh saudara maupun komentar teman dan kenalannya serta janji dari perguruan tinggi tersebut. Harapan-harapan mahasiswa ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman mahasiswa.

Pemasaran relasional sangat relevan diterapkan pada perguruan tinggi jasa karena mengingat keterlibatan dan interaksi antara perguruan tinggi dengan mahasiswa sangat tinggi. Orientasi pemasaran relasional memberikan dua sudut pandang perguruan tinggi dalam melihat hubungan dengan mahasiswa. Penekanan dari orientasi yang berfokus pada hubungan jangka pendek ke orientasi hubungan jangka panjang (mempertahankan dan membangun hubungan dengan mahasiswa) dan pengakuan terhadap kualitas jasa yang ditentukan oleh lima hal yaitu: bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Alma, 2011:284).

Kebutuhan mahasiswa yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisan yang semakin tinggi, cenderung menuntut layanan secara pribadi (*personalized*) dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Hal ini yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mahasiswa di segala perubahan, sehingga tidak berpaling ke perguruan tinggi lainnya. Untuk mengidentifikasi pemenuhan tingkat kualitas harapan para mahasiswa tidak mudah, karena sekali mahasiswa dapat merasakan kualitas produk atau jasa layanan yang tinggi baik dari perguruan tinggi maupun dari pesaingnya, maka mereka akan mengharapkan pengalaman yang sama akan berulang. Apabila suatu perguruan tinggi dapat mengidentifikasi kualitas produk atau jasa layanan sesuai harapan mahasiswanya, dengan kata lain penawaran kualitas produk atau layanan jasa yang baik dapat mempengaruhi pemakaian ulang produk maupun jasa perguruan tinggi.

Persaingan yang ketat antar perguruan tinggi dewasa ini mendorong setiap perguruan tinggi untuk memberikan layanan terbaik kepada

mahasiswanya. Masing-masing perguruan tinggi mempunyai program yang terus diperbarui. Program tersebut dapat berbentuk layanan-layanan baru yang semakin memudahkan mahasiswa, ada pula yang menawarkan program-program lainnya. Semua itu dimaksudkan untuk sebanyak mungkin menarik minat calon mahasiswa untuk menjadi mahasiswa baru, juga untuk mempertahankan supaya mahasiswa lama tetap loyal. Masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan perguruan tinggi.

Kualitas produk atau jasa layanan yang baik dalam menciptakan kepuasan mahasiswa memberikan berbagai manfaat, diantaranya memberikan dasar yang kuat sehingga terciptanya kesetiaan mahasiswa yang pada akhirnya disebut sebagai loyalitas mahasiswa. Kepuasan pada suatu perguruan tinggi akan menghalangi mahasiswa agar tidak terpengaruh dari perguruan tinggi lain (*retention*). Di samping itu, memiliki kepuasan yang tinggi juga menjadi pendorong untuk melakukan pembelian ulang (*repurchase*) serta mengajak orang lain untuk menggunakan jasa tersebut (*referral*). Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas layanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh mahasiswa yaitu: *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles* Parasuraman (1998) dalam Lupiyoadi, (2011:182).

Responsiveness (daya tanggap / kesigapan) adalah suatu respon / kesigapan karyawan dalam membantu mahasiswa dan memberikan layanan yang cepat dan tanggap. *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan layanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan mahasiswa/mahasiswa terhadap perguruan tinggi. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perguruan tinggi dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau

pribadi kepada para mahasiswa. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik. Masalah layanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem layanan perlu didukung oleh kualitas layanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan layanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada mahasiswa, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah.

Citra Institusi lembaga Perguruan Tinggi dalam penyelenggaraan jasa pendidikan akan menjadikan suatu pertimbangan bagi mahasiswa atau calon mahasiswa dalam menjawab akan kebutuhan jasa pendidikan tinggi dalam rangka peningkatan ilmu pengetahuannya. Citra Institusi lembaga Perguruan Tinggi yang baik akan memberikan keyakinan kepada pelanggan tentang layanan jasa pendidikan yang handal, dalam menjamin kualitas jasa pendidikan yang diselenggarakannya. Simamora dalam Sulistian, (2011:33) mengatakan citra adalah persepsi yang relatif konsisten dalam jangka waktu panjang. Sehingga tidak mudah untuk membentuk citra, citra sekali terbentuk akan sulit untuk mengubahnya.

Fenomena perguruan tinggi sebagai komoditi pasar harus direspon secara positif. Respon itu berupa upaya peningkatan kualitas pendidikan agar tidak kalah bersaing dengan perguruan tinggi lainnya. Dalam suatu sistem persaingan yang sempurna, dimana banyak produsen menawarkan barang dan jasa yang sama, maka kunci untuk memenangkan persaingan adalah kualitas, khususnya kualitas layanan. Fenomena yang terjadi di Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Telkom menunjukkan kepuasan mahasiswa belum tercapai sepenuhnya. Hal ini dapat dilihat dari tingkat kepuasan mahasiswa seperti pada table berikut:

Tabel 1.1
Tingkat Kepuasan Mahasiswa
Magister Manajemen Universitas Telkom

No	Tahun	Tingkat Kepuasan Mahasiswa (%)
1	2010	63,59
2	2011	75,96
3	2012	80,96
4	2013	77,55
5	2014	71,52

Sumber: laporan manajemen YPT, 2015

Berdasarkan tabel 1.1 di atas terlihat bahwa tingkat kepuasan mahasiswa dalam kurun waktu tiga tahun terakhir mengalami penurunan, dimana pada tahun 2013 tingkat kepuasan menurun sebesar 4,21% dari tahun 2012 dan kembali mengalami penurunan sebesar 9,07% untuk tahun 2014. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa masih merasa kurang puas terhadap layanan yang diberikan oleh Universitas, dimana menurut persepsi mahasiswa masih harus terus diperbaiki dan ditingkatkan sesuai dengan kemajuan teknologi serta kebutuhan yang ada.

Apalagi dewasa ini Perguruan tinggi, sebagai salah satu organisasi jasa, mengalami peningkatan tuntutan dari masyarakat. Tuntutan terhadap perguruan tinggi dewasa ini bukan hanya sebatas kemampuan untuk menghasilkan lulusan berkualitas yang diukur secara akademik, melainkan juga melalui pembuktian akuntabilitas yang baik. berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti di mana survey dilakukan pada sepuluh (10) mahasiswa Magister Manajemen yang dilakukan pada awal 2016 diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1.2
Hasil Survey Pendahuluan

No	Pernyataan	Ya	%	Tidak	%	Netral/ragu	%	Total	%
1.	Apakah Universitas memberikan layanan yang optimal sehingga mahasiswa dapat belajar dengan nyaman	10	100	-	-	-	-	10	100
2.	Apakah prosedur yang ada di Universitas Telkom mempermudah mahasiswa	6	60	2	20	2	20	10	100
3.	Apakah dosen mempermudah mahasiswa dalam proses bimbingan	9	90	-	-	1	10	10	100
4.	Apakah system administrasi yang ada di Universitas Telkom telah tertata dengan baik	3	30	3	30	4	40	10	100
5.	Apakah Universitas Telkom memberikan perhatian khusus pada mahasiswa yang mengalami kesulitan	2	20	3	30	5	50	10	100
6.	Apakah sarana yang ada di Universitas Telkom telah sesuai dengan harapan?	7	70	1	10	2	20	10	100
7.	Apakah prasarana yang ada di Universitas Telkom telah sesuai dengan harapan?	9	90	-	-	1	10	10	100
8.	Apakah profesionalitas tenaga pengajar di Universitas Telkom telah sesuai harapan mahasiswa	9	90	-	-	1	10	10	100
9.	Apakah dosen pembimbing selalu memberikan arahan secara intensif dalam proses penulisan tugas akhir	6	60	-	-	4	40	10	100
10.	Apakah dosen pembimbing selalu memberikan bimbingan secara intensif dalam proses penulisan tugas akhir	7	70	-	-	3	30	10	100
11.	Apakah pihak universitas secara rutin dan berkala melakukan evaluasi kinerja tenaga pengajar melalui mahasiswa	4	10	-	-	6	60	10	100
12.	Apakah semua harapan mahasiswa terkait pelayanan Universitas Telkom telah terpenuhi	1	10	4	40	5	50	10	100

Sumber: hasil survey awal, 2016

Berdasarkan hasil survey pendahuluan terlihat bahwa mahasiswa belum sepenuhnya puas terhadap layanan yang diberikan pihak Magister

Manajemen Universitas Telkom, hal ini terlihat dari jawaban responden yang tidak sepenuhnya setuju, meskipun cenderung netral atau ragu khususnya pada pertanyaan nomer empat mengenai system administrasi yang ada di Universitas Telkom telah tertata dengan baik yang dirasakan oleh mahasiswa bahwa system yang ada tidak memenuhi harapan mahasiswa, pertanyaan lima mengenai perhatian khusus pada mahasiswa yang mengalami kesulitan dirasakan oleh mahasiswa bahwa pihak kampus kurang didalam partisipasi aktif membantu mahasiswa baik itu permasalahan akademik maupun diluar akademik, pertanyaan sebelas yang berbunyi “apakah pihak universitas secara rutin dan berkala melakukan evaluasi kinerja tenaga pengajar melalui mahasiswa”, sebanyak empat orang responden menyatakan “Ya” dan enam responden menyatakan “Netral/Ragu”. Sedangkan pada pertanyaan dua belas “apakah semua harapan mahasiswa terkait layanan Universitas Telkom telah terpenuhi”, terlihat bahwa satu orang menyatakan “Ya” empat orang menyatakan “Tidak” dan lima orang menyatakan “Netral/Ragu”. Hal ini menunjukkan bahwa masih adanya ketimpangan antara harapan mahasiswa dengan kenyataan yang dirasakan oleh mahasiswa yang masih belum mampu dipenuhi oleh pihak Magister Manajemen Universitas Telkom baik secara kualitas layanan yang pernah dijanjikan sebelumnya maupun berdasarkan citra institusi yang pernah didengar oleh mahasiswa mengenai Magister Manajemen Universitas Telkom.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Telkom.”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan dalam penelitian ini adalah **“Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Telkom”**, maka pertanyaan

dalam penelitian ini dapat dikemukakan dalam *research questions* sebagai berikut:

- 1 Bagaimana tanggapan responden terhadap kualitas layanan, citra institusi dan kepuasan mahasiswa?
- 2 Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Magister Manajemen Universitas Telkom?
- 3 Bagaimana pengaruh citra institusi terhadap kepuasan mahasiswa Magister Manajemen Universitas Telkom?
- 4 Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan citra institusi secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa Magister Manajemen Universitas Telkom?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mencari, menggali, menghubungkan dan memprediksi suatu kejadian. Dimana kejadian yang dimaksudkan adalah berkaitan dengan Kualitas Layanan, Citra Institusi dan Kepuasan Mahasiswa. Hal ini sebagai salah satu syarat penyelesaian studi Magister Manajemen di Telkom University.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan memiliki tujuan yang jelas dan terarah. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kualitas layanan, citra institusi dan kepuasan mahasiswa menurut responden.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Magister Manajemen Universitas Telkom.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra institusi terhadap kepuasan mahasiswa Magister Manajemen Universitas Telkom.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan citra institusi secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa Magister Manajemen Universitas Telkom.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis; penelitian ini digunakan untuk mendapatkan informasi, menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman dan memberi gambaran yang berkaitan dengan teori kualitas layanan atau *Service Quality (SERVQUAL)* dan Citra Institusi dalam kaitannya terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis maupun civitas akademika lainnya dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan.
2. Bagi perguruan tinggi; penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi seluruh Universitas Telkom dalam rangka mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanannya. Selanjutnya penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi seluruh Universitas Telkom untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa dalam rangka mencegah terjadinya perpindahan mahasiswa dan menciptakan loyalitas mahasiswa.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis ini dibagi menjadi 5 bab yang meliputi sebagai berikut:

- Bab I : Pendahuluan yang berisikan : gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.
- Bab II : Tinjauan Pustaka Penelitian yang berisikan: kualitas layanan (*service quality*), citra institusi, kepuasan pelanggan, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, hipotesis, hubungan antar variabel penelitian.

- Bab III : Metode Penelitian yang berisikan jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data, tempat dan waktu penelitian.
- Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan yang berisikan hasil temuan di lapangan selanjutnya menguraikan pengolahan atau analisis data untuk menghasilkan temuan dengan masalah penelitian dan pembahasan data atau analisis temuan penelitian.
- Bab V : Kesimpulan dan Saran yang berisikan kesimpulan dari hasil analisis temuan penelitian. Di samping itu, memberikan saran yang ditujukan kepada para pembuat kebijakan, pengguna hasil penelitian juga sebagai bahan kajian bagi peneliti selanjutnya.