



Munich Personal RePEc Archive

**STUDENT PERCEPTION ON
EDUCATION SERVICES SERVICES IN
EDUCATIONAL AGENCY EL RAHMA
PALEMBANG**

Hadiwijaya, Hendra

Politeknik Palcomtech

September 2011

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/81588/>

MPRA Paper No. 81588, posted 26 Sep 2017 04:20 UTC

PERSEPSI SISWA TERHADAP PELAYANAN JASA PENDIDIKAN PADA LEMBAGA PENDIDIKAN EL RAHMA PALEMBANG

Hendra Hadiwijaya
Politeknik PalComTech Palembang

Abstract

Student Perception Of Educational Services In Educational Institutions El Rahma Palembang. The purpose of this study was to determine students' perceptions of the level of services provided educational institutions and find out the suitability of the services that received and services that are expected ultimately to determine the priorities to improve services and the factors that affect student satisfaction. While the analysis that the authors do is to use three methods of analysis of qualitative analysis to compare the theory with the reality of the matter, to obtain a quantitative analysis of student satisfaction with the service each variable using a formula Importance Performance Analysis and assessment scores to determine the average level of performance institutions and the average score of the level of expectation (importance) that is useful for students affect student satisfaction using cartesian diagram and gap analysis used to compare between the perceptions of students about the importance of a attribute to the satisfaction felt by students.

The results of these studies show that students rate the availability of means and media used in learning, classroom comfort, building a strategic location, subject matter that really fit with the needs of the world of work, learning an accurate schedule, friendliness and politeness of the staff in providing services and instructors who have the ability and skill in the art is a very important attribute for students in using the services of El Rahma Palembang.

Keywords : *Perception, Services, Education Services*

PENDAHULUAN

Pada artikel *The New soul and Structure of The Post Management Corporation*, Ricard Koch dan Ian Godden memperkirakan pada masa yang akan datang para pelanggan akan semakin memegang peran kunci keberhasilan perusahaan. Hal ini memaksa perusahaan-perusahaan untuk lebih berorientasi eksternal dengan memberikan pelayanan dengan mutu sebaik mungkin kepada para pelanggan mereka (Soetjipto;1997)

Hasil penelitian Pilar (2000) menyimpulkan, bila konsumen yang merasa puas dapat mempengaruhi satu saja teman atau rekannya mengenai kehebatan suatu produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan dan akhirnya mendatangkan seorang konsumen atau pelanggan yang pertama itu bertambah menjadi dua kali lipat. Ini yang terkadang tidak kita sadari oleh banyak pemasar atau perusahaan. Umumnya masih acuh bagaimana memelihara konsumen atau pelanggan.

Elu (Membangun Keunggulan Melalui *Relationship Marketing*; 1997), menyatakan bahwa pembelian ulang dan para pelanggan yang loyal merupakan faktor utama yang

menentukan profitabilitas perusahaan. Pelanggan yang loyal tercipta dari kepuasan akan pelayanan yang mereka peroleh yang selanjutnya tanpa ada paksaan akan kembali untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk yang sama dan pelayanan yang sama atau lebih baik dari pertama. Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu yang jelas termaktub di dalam UUD 1945 maupun GBHN yang intinya bahwa bangsa Indonesia berkewajiban untuk mencerdaskan kehidupan rakyatnya.

Peranan masyarakat (swasta) dituntut secara aktif untuk membantu pelaksanaan program-program tersebut, karena keterbatasan yang dimiliki oleh pemerintah maka peranan masyarakat dalam rangka membantu pelaksanaan pendidikan sangat mutlak diperlukan. Bagaimanapun juga untuk mendirikan sebuah instansi pendidikan yang memenuhi tujuan bukanlah sebuah hal yang mudah. Banyak hal terkait menyangkut fasilitas, sarana dan prasarana, promosi, manajemen pengelolaannya maupun penyedia tenaga pengajarnya.

Pendidikan merupakan jasa yang dalam hal ini adalah jasa yang diberikan oleh pihak pengelola jasa pendidikan kepada pihak yang menerima secara langsung sesuai dengan standar mutu tertentu. Kualitas dari jasa dalam artian relatif adalah kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pihak-pihak yang memerlukan dan kepentingan dengan jasa tersebut.

Semakin dengan bertumbuhnya lembaga pendidikan dan keterampilan, yang menawarkan berbagai bidang pendidikan dan keterampilan tentunya akan mengakibatkan semakin tajamnya persaingan diantara jasa pendidikan sehingga diperlukan berbagai upaya agar tetap mampu bersaing dan eksis ditengah ketatnya persaingan. Lembaga penyedia jasa harus selalu memperhatikan dan menjadi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Lembaga pendidikan El Rahma Palembang merupakan salah satu lembaga pendidikan dan keterampilan yang menawarkan program 1 tahun dan pelatihan singkat 1 bulan di kota Palembang. Sebagai lembaga swasta yang bergerak dibidang jasa pendidikan, El Rahma Palembang harus memperhatikan kualitas kinerja lembaga agar kepuasan konsumennya/siswa dapat tercapai. Hal ini berpengaruh besar di masa datang karena konsumen yang puas akan sangat berpotensi untuk menjadi pelanggan yang loyal pada perusahaan. Selain konsumen yang puas akan menjadi sarana promosi yang efektif, karena biasanya mereka akan meningkatkan citra perusahaan di masa yang akan datang.

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan penting untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan siswa terhadap kinerja lembaga yang tentunya akan menjadi pedoman dalam pembuatan skala prioritas kebijakan dalam meningkatkan kualitas jasa yang sesuai dengan apa yang menjadi harapan siswa.

Berdasarkan hal tersebut diatas penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai: **“Persepsi Siswa Terhadap Pelayanan Jasa Pendidikan Pada Lembaga Pendidikan El Rahma Palembang”**.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas penulis merumus masalah sebagai berikut :

“Bagaimanakah persepsi siswa terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pada Lembaga Pendidikan El Rahma Palembang atas kinerja jasa yang diberikan lembaga, ditinjau dari kesesuaian antara jasa yang diterima dan jasa yang diharapkan”.

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui persepsi siswa terhadap tingkat pelayanan jasa pendidikan pada Lembaga Pendidikan El Rahma Palembang atas kinerja yang diberikan lembaga.
- b. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian terhadap jasa yang diterimanya dan jasa yang di harapkan, yang pada akhirnya digunakan untuk menentukan prioritas kebijakan dalam meningkatkan pelayanan serta faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan para siswa.

Manfaat Penelitian

- a. Menambah pengetahuan penulis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan siswa.
- b. Dapat dijadikan sebagai pengambilan kebijakan dalam meningkatkan pelayanan jasa pendidikan di Lembaga Pendidikan El Rahma Palembang.

LANDASAN TEORI

a. Pengertian Persepsi

Persepsi, menurut Jalaludin (1998:51), adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut Ruch (1967:300), persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk inderawi (*sensory*) dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang berstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. Senada dengan hal tersebut Atkinson dan Hilgard (1991:201) mengemukakan bahwa persepsi adalah proses dimana kita menafsirkan dan mengorganisasikan pola stimulus dalam lingkungan. Gibson dan Donely (1994:53) menjelaskan bahwa persepsi adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seorang individu.

Persepsi berkaitan dengan cara mendapatkan pengetahuan khusus tentang kejadian pada saat tertentu, maka persepsi terjadi kapan saja stimulus menggerakkan indera. Dalam hal ini persepsi diartikan sebagai proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera (Chaplin: 1989:53).

Sebagai suatu cara pandang, persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Stimulus yang diterima seseorang sangat kompleks, stimulus masuk ke otak, kemudian diartikan, ditafsirkan serta diberi makna melalui prose yang rumit, baru dihasilkan persepsi (Atkinson dan Hilgard: 1991:209). Dalam hal ini, persepsi mencakup penerimaan stimulus (*inputs*), mengorganisasikan stimulus dan penerjemahan atau penafsiran stimulus yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi prilaku dan membentuk sikap, sehingga orang dapat cenderung menafsirkan prilaku orang lain sesuai dengan keadaannya sendiri (Gibson: 1986:54).

b. Pembentukan Persepsi dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Proses pembentukan persepsi dijelaskan oleh Feigi (Yunus, 1991:108) sebagai pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya stimuli. Setelah mendapat stimuli, pada tahap selanjutnya terjadi seleksi yang berinteraksi dengan “*interpretation*”, begitu juga berinteraksi dengan “*closure*”. Proses seleksi terjadi pada saat seseorang memperoleh informasi. Maka akan berlangsung proses penyeleksian pesan tentang mana pesan yang dianggap penting dan tidak penting. Proses *closure* terjadi ketika hasil seleksi tersebut menjadi satu kesatuan yang berurutan dan bermakna, sedangkan *interpretation* berlangsung ketika yang bersangkutan memberi tafsiran atau makna terhadap informasi secara menyeluruh.

Faktor-faktor fungsional menentukan persepsi seseorang dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain termasuk yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal (Rakhmat: 1998: 55). Selanjutnya Rakhmat menjelaskan yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberi respon terhadap stimuli. Persepsi juga meliputi kognisi (pengetahuan), yang mencakup penafsiran objek, tanda dan orang dari sudut pengalaman yang bersangkutan (Gibson: 1986:54). Selaras dengan pernyataan tersebut Krech, dkk. (dalam Sri Tjahjorini Sugiharto 2001:19) mengemukakan bahwa persepsi seseorang ditentukan oleh dua faktor utama, yakni pengalaman masa lalu dan faktor pribadi. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan faktor pribadi adalah faktor internal tentang persepsi siswa terhadap pelayanan jasa pendidikan El Rahma Palembang.

c. Pengertian Pelayanan

Perusahaan sebagai sebuah lembaga bisnis yang mengejar keuntungan atas kegiatan yang dijalankannya harus pula memperhatikan pelayanan yang diberikan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai. Menurut Munir (1991) pelayanan adalah aktivitas yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan haknya. Hal ini menjelaskan bahwa pelayanan adalah suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dalam hal ini pelanggan agar kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka.

Tjiptono (1998) mengemukakan kualitas pelayanan/jasa adalah tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut pendapat tersebut sebuah kualitas pelayanan atau sebagai keunggulan-keunggulan yang diberikan perusahaan dalam rangka memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Siagian (1998) pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.

Dengan demikian pelayanan merupakan upaya memberikan kesenangan-kesenangan kepada pelanggan dengan adanya kemudahan-kemudahan agar pelanggan dapat memenuhi kebutuhannya. Payne (2000) menyatakan kualitas jasa berkaitan dengan kemampuan sebuah organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Fitzsimmons & Fitz-Simmons (Soetjipto:1997) mengatakan *service quality* didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh. Sementara itu menurut Parasuramen *service quality* adalah harapan sebagai keinginan para pelanggan ketimbang layanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan. (Soetjipto: 1997). Dari seluruh definisi diatas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dapat disimpulkan sebagai sebuah tingkat kemampuan

(ability) dari sebuah perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

d. Bentuk Pelayanan

Pelayanan seperti diketahui di atas merupakan bentuk memenuhi apa-apa yang diharapkan pelanggan atas kebutuhan mereka. Pelayanan pada umumnya dibedakan atas dua:

Berbagai bentuk pelayanan secara umum adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan atas produk berbentuk barang, yakni pelayanan yang diberikan perusahaan atas produk perusahaan berupa barang yang berwujud.
2. Pelayanan atas produk berbentuk jasa, yakni pelayanan yang diberikan perusahaan atas produk yang bersifat tidak berwujud (tidak nyata).

Menurut Lovelock seperti dikutip Tjiptono (2000) pelayanan/jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan lima kriteria, yaitu:

1. Berdasarkan sifat tindakan jasa.
2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan.
3. Berdasarkan tingkat *customization* dan *judgement* dalam penyampaian jasa.
4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran jasa.
5. Berdasarkan metode penyampaian jasa.

Menurut Moenir (Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia:1992) bentuk-bentuk pelayanan tersebut terdiri dari:

1. Pelayanan dengan Lisan

Dalam pelayanan dengan lisan ini fungsi humas betul-betul diefektifkan sebagai kepanjangan tangan dari pemberian informasi kepada pelanggan. Dengan kata lain pelayanan lisan adalah komunikasi langsung kepada pelanggan.

2. Pelayanan dengan tulisan

Pelayanan dalam bentuk tulisan ini dilakukan berdasarkan pada jarak yang terlalu jauh antara pelanggan dengan produsen. Adapun pelayanan ini dapat digolongkan yaitu pelayanan berupa petunjuk dan pelayanan berupa reaksi tertulis atas permohonan.

3. Pelayanan dengan perbuatan

Adapun pelayanan yang dilakukan dengan perbuatan merupakan tindak lanjut dari suatu pekerjaan pada bagian pelayanan agar dapat beradaptasi langsung atau bertatap muka dengan pelanggan.

Adanya penerapan bentuk pelayanan yang diberikan secara tidak langsung akan dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

e. Determinan Pelayanan

Agar pelayanan memiliki kualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka, maka perusahaan harus memperhatikan berbagai dimensi yang dapat menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Hasil penelitian yang dilakukan Berry dan kawan-kawan seperti dikutip Payne (2000) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dapat didefinisikan lima aspek kunci sebagai berikut:

- Faktor fisik (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan personil.
- Reliabilitas (*reliability*) meliputi kemampuan melakukan layanan atau jasa yang diharapkan secara meyakinkan, akurat dan konsisten.

- Daya tanggap (*responsibility*) meliputi kemampuan memberikan layanan cepat dan membantu pelanggan.
- Jaminan (*assurances*) meliputi pengetahuan, sopan santun dan kemampuan karyawan menyampaikan kepastian dan kepercayaan.
- Empati (*empathy*) meliputi perhatian individual kepada pelanggan.

Untuk menciptakan kualitas pelayanan yang tinggi, Tjiptono (2000) mengemukakan secara garis besar strategi pemasaran pelayanan jasa yang pokok berkaitan dengan tiga hal berikut:

1. Melakukan Diferensiasi Kompetitif

Perusahaan jasa dapat mendiferensiasikan dirinya melalui citra dimata pelanggan, misalnya melalui simbol-simbol dan lambang-lambang yang mereka gunakan. Selain itu perusahaan dapat melakukan deferensiasi kompetitif dalam menyampaikan jasa (*servive delivery*) melalui tiga aspek yang dikenal dengan 3P dalam pemasaran jasa yaitu :

- Orang (*people*) yang dilatih agar dapat diandalkan.
- Lingkungan fisik (*physical enviroment*) yang dikembangkan dengan lebih atraktif, dan
- Proses (*process*) penyampaian pelayanana yang dirancang dengan lebih superior.

2. Mengelola kualitas jasa

Mengelola kualitas jasa adalah mengelolah *gap* (kesenjangan) dalam hal:

- *Gap* antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen
- *Gap* antara persepsi manajemen terhadap pelanggan dan spesifikasi kaulitas jasa.
- *Gap* antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa, gap atara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
- *Gap* antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan.

3. Mengelola Produktifitas

Terdapat enam pendekatan yang dapat diharapkan untuk meningkatkan produktifias jasa, yaitu:

- Penyedia jasa bekerja lebih keras atau lebih cekatan dari biasanya.
- Meningkatkan kualitas jasa dengan mengurangi sebageian kualitasnya.
- Mengindustrialisasikan jasa tersebut dengan menambah perlengkapan dan melakukan standarisasi produksi.
- Mengurangi atau menggantikan kebutuhan terhadap suatu jasa tertentu dengan jasa menemukan suatu solusi berupa produk.
- Merancang jasa yang lebih efektif.
- Memberikan insentif kepada pelanggan untuk melakukan sebagian tugas perusahaan.

Alama (1998) menyatakan konsumen menginginkan layanan yang baik dengan harapan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan yang konsisten.
2. Sikap personil yang selalu ramah.
3. Kejelasan suara, gambar atau cetekan.
4. Tidak sering gangguan, kerusakan kalaupun ada cepat diperbaiki.
5. *Successfull Call Ratio* (SCR) yang tinggi.

Selanjutnya dapat dilihat pula bagaimana upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang efektif, seperti dikemukakan oleh Pusat Data dan Analisis Pilar (2000) yang menyatakan beberapa prinsip yang mendukung prosedur pelayanan pelanggan yang efektif:

1. Program pelayanan harus berkaitan dengan perusahaan.
2. Program pelayanan harus dimulai dari manajemen puncak.
3. Terpusat pada visi.
4. Program pelayanan harus terintegrasi dalam manajemen.
5. Memotivasi karyawan ujung tombak.
6. Berpedoman pada hasil penelitian.
7. Melakukan pengukuran.
8. Harus berkaitan dengan prestasi dan penghargaan.
9. Mampu mengkaitkan kualitas eksternal dengan internal.
10. Pengembangan program pelayanan mesti didukung oleh pelatihan, program, seleksi dan induksi.

f. Service Quality Perusahaan Jasa

Jasa atau pelayanan merupakan kegiatan ekonomi yang menghasilkan kegunaan waktu, tempat, bentuk atau psikologi, pengertian ini dikemukakan oleh Murdick, Render, Russel (1990;90). Sebagai sesuatu yang tidak dapat dirasakan (*intangible*) dan mudah hilang atau rusak (*perishable*), jasa diciptakan dan dikonsumsi secara bersamaan atau hampir bersamaan.

Persepsi konsumen terhadap jasa berbeda dengan prinsipnya terhadap produk karena beberapa perbedaan karakteristik antara keduanya. Perbedaan itu secara umum dapat dilihat dari sifat dasarnya yang dapat diraba (*tangible*) dan tidak dapat diraba (*intangible*), proses konsumsi output, sifat dasar pekerjaan, tingkat kontak dengan pelanggan dan proses produksi dan pengukuran kinerja. kebanyakan jasa lebih sulit dievaluasi karena penilaiannya didasarkan pada pelayanan yang dialami konsumen bahkan beberapa hal yang diyakini akan terdapat pada jasa tersebut tetapi konsumen sendiri tidak dapat memastikannya, Murdick (1999:53).

Untuk itu para ahli ekonomi perusahaan telah mengembangkan instrumen yang dapat digunakan untuk menilai dan mengevaluasi kualitas pelayanan, salah satunya adalah *service quality* yang saat ini menjadi topik penting karena adanya perkembangan yang sangat pesat di sektor jasa. *Service Quality* mempunyai definisi sebagai perbedaan atau selisih antara pengharapan konsumen atau keinginan mereka dengan kinerja nyata yang disebut dengan "*The Gap Theory*". *Service quality* juga dapat diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap superitas pelayanan, dimana kualitas merupakan akumulasi dari kepuasan bagi kebanyakan pelanggan terhadap sejumlah pengalaman menerima pelayanan. Penyelenggaraan jasa berkualitas adalah seseorang yang mampu secara konsisten menyediakan pengalaman menerima pelayanan yang memuaskan selama jangka waktu yang lama.

g. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan hanya dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diterima mereka. Kepuasan pelanggan inilah yang menjadi dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia.

Beberapa pengertian kepuasan pelanggan (*customer satisfied*) dan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) dapat dilihat pada bagian berikut: Tjiptono (2000) mengutip beberapa definisi kepuasan pelanggan diantaranya:

- Menurut Tse dan Wilton bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan pemakaiannya.
- Menurut Wilkie kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.
- Menurut Engel (Prilaku Konsumen: 1995), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Jadi kepuasan konsumen/pelanggan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh konsumen/pelanggan.

Kepuasan pelanggan ini sangat penting diperhatikan oleh perusahaan sebab berkaitan langsung dengan keberhasilan pemasaran dan penjualan produk perusahaan. Hal ini seiring dengan pernyataan Supranto (1997) bahwa pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Dengan demikian kunci keberhasilan perusahaan sebenarnya tergantung pada suksesnya perusahaan dalam kebutuhan pelanggannya.

METODE PENELITIAN

a. Lokasi Objek Penelitian

Lembaga Pendidikan El Rahma Palembang

b. Populasi

Dalam penelitian ini populasi meliputi seluruh siswa Lembaga Pendidikan El Rahma Palembang angkatan 2010/2011. Alasan pengambilan ini karena dalam program ini siswa mengikuti berbagai bidang pendidikan keterampilan sehingga dapat dianggap mewakili siswa yang lainnya. Batasan ini juga diperlukan karena tingkat kepuasan siswa terhadap pelayanan jasa akan berubah-ubah dengan adanya dimensi waktu.

c. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Oleh karena adanya keterbatasan penulis, penelitian ini tidak dapat dilakukan terhadap semua populasi, tetapi sebagian populasi yang dapat mewakilinya. Untuk memilih responden digunakan metode *Propositional Random Sampling*.

Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi digunakan pendekatan rumus *Slovin* yang dikutip oleh Husain Umar (1997) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana : n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

E : Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel.

Dimana penelitian N = 200

e = 10%

Jadi jumlah sampel minimal yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{200}{1 + 200(0.1)^2}$$

$$n = 66,67$$

Maka berdasarkan hasil diatas didalam penelitian ini penulis mengambil sampel sebanyak 67 orang.

d. Variabel Penelitian

Tingkat kepuasan akan menentukan prioritas peningkatan atribut-atribut jasa yang mempengaruhi kepuasan siswa. Adapun atribut-atribut jasa yang dinilai dalam masing-masing dimensi adalah:

1. *Tangibel*, meliputi penilaian siswa terhadap:
 - Kondisi, penampilan para staf (instruktur dan karyawan).
 - Ketersediaan sarana dan media yang digunakan dalam belajar.
 - Kenyamanan ruang belajar.
 - Lokasi gedung yang strategis.
 - Sarana area parkir yang dimiliki lembaga.
2. *Reliability*, meliputi penilaian terhadap:
 - Materi pelajaran yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan.
 - Jadwal belajar yang akurat.
 - Cara penyampaian materi instruktur kepada siswa.
3. *Empathy*, meliputi penilaian terhadap:
 - Cara instruktur melakukan pendekatan dengan siswa.
 - Perhatian dan kepedulian instruktur terhadap partisipasi siswa dalam belajar.
 - Pemeberian pelayanan tanpa memandang status sosial.
4. *Responsibility*
 - Kemampuan staf mennangani masalah dalam proses belajar.
 - Kemudahan dalam mengakses fasilitas belajar.
5. *Assurance*
 - Instruktur yang memiliki kemampuan dan keahlian dibidangnya.
 - Keramahan dan kesopanan para staf dalam memberikan pelayanan.

e. Pengukuran Variabel

Kelima variabel diatas dijabarkan dalam 2 (dua) bagian yaitu kepentingan siswa dan bagian kinerja lembaga. Untuk bagian kepentingan siswa, digunakan skala 5 (lima) tingkat (*likert*) yang terdiri dari sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting.

Kelima penilaian tersebut diberi bobot sebagai berikut:

Jawaban	Skor Jawaban
Sangat Penting (SPt)	5
Penting (Pt)	4
Cukup Penting (CPt)	3
Kurang Penting (KPt)	2
Tidak Penting (TPt)	1

Untuk bagian kinerja lembaga diberikan lima penilaian bobot sebagai berikut:

Jawaban	Skor Jawaban
Sangat Baik (SBk)	5
Baik (Bk)	4
Cukup Baik (CBk)	3
Kurang Baik (KBk)	2
Tidak Baik (TBk)	1

f. Metode Analisa

1. Analisa Kualitatif

Dalam pembahasan dan penganalisaan masalah akan digunakan metode kualitatif yakni dengan mencoba membandingkan antara teori dengan kenyataan yang terjadi serta hal-hal yang telah atau akan dilaksanakan lembaga.

2. Analisa Kuantitatif

Analisa data untuk memperoleh gambaran tingkat kepuasan siswa terhadap pelayanan setiap variabel digunakan rumus *Importance Performance Analysis*.

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana : Tki : Tingkat kepuasan Responden
Xi : Skor penilaian kinerja lembaga
Yi : Skor penilaian kepentingan siswa

Kemudian untuk mengetahui skor rata-rata, kinerja lembaga dan skor rata-rata kepentingan siswa digunakan rumus sebagai berikut:

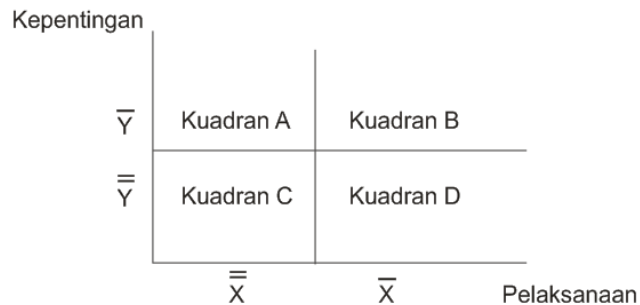
$$\bar{X} = \frac{\sum Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana : X : Skor rata-rata pelaksanaan /kepuasan
Y : Skor rata-rata tingkat kepentingan
N : Jumlah responden

Kemudian untuk mengetahui skor penilaian rata-rata tingkat kinerja lembaga dan skor rata-rata tingkat harapan (kepentingan) siswa yang berguna untuk menentukan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan siswa digunakan diagram kartesius sebagai berikut :

Diagram Kartesius



Keterangan :

- A = Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan siswa, dimana faktor tersebut dianggap penting, tetapi belum dilaksanakan sesuai dengan keinginan siswa.
- B = Menunjukkan faktor-faktor penting yang akan mempengaruhi kepuasan siswa tetapi sudah dilaksanakan sesuai dengan keinginan siswa, maka wajib dipertahankan.
- C = Menunjukkan faktor yang kurang berpengaruh terhadap kepuasan siswa, maka lembaga tidak perlu memfokuskan diri untuk melaksanakannya.
- D = Menunjukkan faktor-faktor yang kurang berpengaruh terhadap kepuasan siswa, tetapi telah dilaksanakan sesuai dengan keinginan siswa, maka hal itu dianggap berlebihan.

3. Gap Analysis

Gap analysis digunakan untuk membandingkan antara persepsi siswa mengenai kepentingan suatu atribut (*importance*) terdapat kepuasan yang dirasakan oleh siswa. Analisis ini menggunakan nilai mean untuk tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan semua atribut yang ditemukan dalam *importance analysis* dan *performance analysis* yang dilakukan sebelumnya.

PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

Dalam melakukan analisis kualitas pelayanan terhadap penilaian Siswa El Rahma Palembang, penulis mengolah data kuesioner yang berkaitan dengan tanggapan siswa atas pelayanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan tersebut. Responden yang diteliti adalah para siswa yang belajar di lembaga pendidikan tersebut yaitu sebanyak 67 orang.

No	Gender	Jumlah
1.	Laki-laki	40 Orang
2.	Perempuan	27 Orang
Jumlah		67 Orang

b. Diagram Kartesius

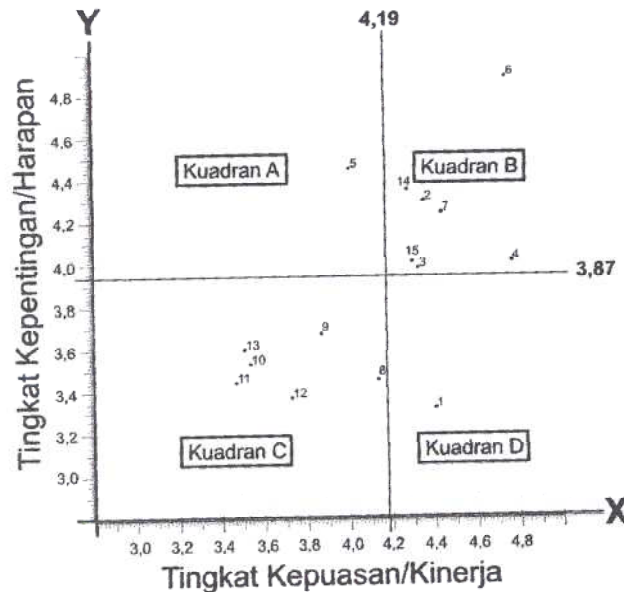
Pada diagram kartesius untuk dalam melihat posisi data-data yang telah dianalisis, maka harus dihitung terlebih dahulu rata-rata dari penilaian pelaksanaan dan kepentingan pada dimensi-dimensi yang mempengaruhi penilaian siswa.

**Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Pelaksanaan Kepentingan
Pada Dimensi-Dimensi Atau Atribut Yang Mempengaruhi Penilaian
Siswa El Rahma Palembang**

No.	Dimensi /Atribut yang mempengaruhi Penilaian Siswa Lembaga Pendidikan El Rahma Palembang	Penilaian Pelaksanaan	Penilaian Kepentingan	X	Y
1.	Kondisi, penampilan para staf (instruktur dan Karyawan)	261	299	3,90	4,46
2.	Ketersediaan sarana dan media yang digunakan dalam belajar.	287	307	4,28	4,58
3.	Kenyamanan ruang belajar	264	290	3,94	4,33
4.	Lokasi gedung yang strategis	272	322	4,06	4,81
5.	Sararan area parkir yang dimiliki lembaga	297	272	4,43	4,06
6.	Materi pelajaran yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dunia kerja	327	319	4,88	4,76
7.	Jadwal belajar yang akurat	327	297	4,31	4,43
8.	Cara menyampaikan materi instruktur kepada siswa	231	277	3,45	4,13
9.	Cara instruktur melakukan pendekatan dengan siswa	246	260	3,67	3,88
10.	Perhatian dan kepedulian instruktur terhadap partisipasi siswa dalam belajar	236	238	3,52	3,55
11.	Pemberian pelayanan tanpa memandang status sosial	230	234	3,43	3,49
12.	Kemampuan staff menangani masalah dalam proses belajar	225	250	3,36	3,73
13.	Kemudahan dalam mengakses fasilitas belajar.	241	302	3,60	4,51
14.	Instruktur yang memiliki kemampuan dan keahlian di bidangnya.	292	284	4,24	4,36
15.	Keramahan dan kesopanan para staff dalam memberikan pelayanan	274	289	4,09	4,31
Rata-rata (X dan Y)				3,95	4,22

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner

Diagram Kartesius dari Tingkat Kepentingan-Tingkat Kepuasan Siswa El Rahma Palembang



Pada diagram diatas dapat dilihat unsur pelaksanaan dimensi atau atribut yang mempengaruhi penilaian siswa lembaga pendidikan terbagi dalam 4 (empat) kuadran yaitu:

1. Kuadran A : kuadran A ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh siswa tapi pada kenyataannya atribut tersebut belum sesuai seperti yang diharapkan siswa. Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini harus terus ditingkatkan sehingga mampu memberikan manfaat sesuai dengan harapan siswa. Atribut-atribut yang ada pada kuadran A adalah:

- **Sarana Parkir yang dimiliki lembaga (atribut 5).**

Pada atribut ini sarana parkir yang dimiliki lembaga dipandang penting oleh siswa lembaga pendidikan namun belum mampu memenuhi harapan mereka sehingga lembaga pendidikan harus meningkatkan kerapian area parkir yang dimiliki lembaga yang berhubungan dengan pelayanan kepada siswa agar siswa merasa baik.

2. Kuadran B : kuadran ini memuat atribut atau dimensi yang dianggap penting oleh siswa dan atribut tersebut dinilai telah memenuhi harapan siswa, sehingga tingkat penilaian yang dirasakan relatif lebih tinggi. Semua atribut atau dimensi yang terdapat pada kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua atribut tersebut menjadikan suatu keunggulan El Rahma Palembang di mata siswa lembaga pendidikan. Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini adalah:

- **Ketersediaan sarana dan media yang digunakan dalam belajar (atribut 2).**

Siswa El Rahma Palembang memandang ketersediaan sarana dan media yang digunakan dalam belajar sangat penting, karena akan membuat mereka nyaman selama belajar di lembaga pendidikan tersebut.

- **Kenyamanan ruang belajar (atribut 3).**

Kenyamanan ruang belajar juga dipandang sangat penting oleh siswa karena interior yang tertata dengan baik dan rapi akan memberikan rasa yang lebih nyaman saat berada dalam ruangan tersebut, dalam hal ini lembaga pendidikan telah mampu memberikan penilaian kepada siswanya.

- **Lokasi gedung yang strategis (atribut 4).**
Lokasi gedung yang strategis juga sangat penting bagi siswa, hal ini merupakan sesuatu yang harus dipertahankan dan ditingkatkan oleh lembaga pendidikan dalam menjaga penilaian siswa.
- **Materi pelajaran yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja (atribut 6).**
Materi pelajaran yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dunia kerja, hal ini merupakan sesuatu yang harus dipertahankan dan ditingkatkan oleh lembaga pendidikan dalam menjaga penilaian siswanya.
- **Jadwal belajar yang akurat (atribut 7).**
Siswa menilai jadwal belajar yang akurat juga sangat penting, hal ini merupakan sesuatu yang harus dipertahankan dan ditingkatkan oleh lembaga pendidikan dalam menjaga penilaian siswanya.
- **Keramahan dan kesopanan para staf dalam memberikan pelayanan (atribut 15).**
Kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan dipandang sangat penting oleh siswa dalam memberikan pelayanan kepada mereka, dan pihak lembaga pendidikan telah mampu mewujudkannya sehingga siswa merasa baik.
- **Instruktur yang memiliki kemampuan dan keahlian dibidangnya (atribut 14).**
Siswa juga merasa sangat baik terhadap instruktur yang memiliki kemampuan dan keahlian dibidangnya, dan ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi siswa dalam menggunakan jasa lembaga pendidikan.

Atribut-atribut diatas merupakan atribut yang menjadikan lembaga pendidikan El Rahma Palembang menjadi lebih unggul dibandingkan lembaga pendidikan setara yang lainnya bagi siswa. Atribut atau dimensi tersebut harus selalu dipertahankan dan diperhatikan oleh lembaga pendidikan El Rahma Palembang agar kinerjanya tidak mengalami penurunan dan untuk kedepannya ditingkatkan lagi kearah yang lebih baik untuk dapat terus memuaskan siswanya, sehingga mereka royal terhadap lembaga pendidikan tersebut.

3. Kuadran C : kuadran ini memuat atribut yang dianggap kurang penting oleh siswa dan kinerjanya biasa-biasa saja, atribut yang dalam kuadran ini adalah :

- **Cara penyampaian materi instruktur kepada siswa (atribut 8).**
Cara penyampaian materi instruktur kepada siswa dipandang kurang penting bagi siswa, namun pihak lembaga pendidikan mampu memberikan rasa baik kepada siswa.
- **Cara instruktur melakukan pendekatan dengan siswa (atribut 9).**
Cara instruktur melakukan pendekatan dengan siswa dipandang kurang penting bagi siswa, namun pihak lembaga pendidikan mampu memberikan rasa baik kepada siswa.
- **Perhatian dan kepedulian instruktur terhadap partisipasi siswa dalam belajar (atribut 10).**
Perhatian dan kepedulian instruktur terhadap partisipasi siswa dalam belajar mungkin bukan menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi siswa tetapi bagi pihak lembaga pendidikan tetap menjadi perhatian dalam memberikan jasanya dengan baik.

- **Pemberian pelayanan tanpa memandang status sosial (atribut 11).**
Pemberian pelayanan tanpa memandang status sosial siswa dalam belajar mungkin bukan menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi siswa tetapi bagi pihak lembaga pendidikan tetap menjadi perhatian dalam memberikan jasanya dengan baik.
- **Kemampuan staf menangani masalah proses belajar (atribut 12).**
Walaupun siswa beranggapan atribut ini kurang penting, namun harus tetap menjadi perhatian bagi pihak lembaga pendidikan karena ini juga berhubungan dengan pelayanan kepada siswa.
- **Kemudahan dalam mengakses fasilitas belajar (atribut 13).**
Kemudahan dalam mengakses fasilitas belajar ini kurang penting, namun harus tetap menjadi perhatian bagi pihak lembaga pendidikan karena ini juga berhubungan dengan pelayanan dengan siswa.

4. **Kuadran D** : atribut atau dimensi yang terletak pada kuadran ini dikategorikan sebagai atribut yang dinilai kurang berpengaruh atau kurang penting bagi siswa, namun telah dilaksanakan sesuai dengan keinginan siswa sehingga dianggap berlebihan. Tetapi jika diperhatikan atribut atau dimensi ini relatif cukup penting bagi siswa dan tingkat penilaian yang diberikan juga cukup penting. Atribut atau dimensi tersebut adalah:

- **Kondisi, penampilan para staf (instruktur dan karyawan) yang dimiliki lembaga pendidikan (atribut 1).**

Kondisi, penampilan para staff (instruktur dan karyawan) yang dimiliki lembaga pendidikan dipandang kurang penting namun tetap menjadi bahan pertimbangan bagi siswa untuk belajar di lembaga pendidikan tersebut, walaupun demikian pihak lembaga pendidikan harus tetap mempertimbangkannya dalam memuaskan siswa.

1. *Gap Analysis*

Gap analysis dilakukan dengan membandingkan nilai *mean* antara tingkat kepuasan suatu atribut dengan tingkat kepentingan siswa terhadap atribut tersebut. Selisih antara *mean* tingkat kepuasan dengan tingkat kepentingan tersebut merupakan *gap* yang terjadi untuk atribut tersebut. Nilai positif menunjukkan bahwa El Rahma Palembang telah berhasil memenuhi harapan/ekspektasi siswa El Rahma Palembang, sedangkan nilai negatif menunjukkan bahwa siswa merasa ekspektasinya belum terpenuhi oleh El Rahma Palembang. Semakin besar nilai negatifnya, maka semakin besar ekspektasi siswa yang belum terpenuhi oleh lembaga El Rahma Palembang.

Gap Analysis Kualitas Pelayanan Pada Lembaga Pendidikan El Rahma Palembang

No.	Dimensi /Atribut yang Mempengaruhi Penilaian Siswa Lembaga Pendidikan El Rahma Palembang	Kinerja Mean	Kepentingan Mean	Gap (%)
1.	Kondisi, penampilan para staf (Instruktur dan Karyawan).	4,46	3,90	0,87
2.	Ketersediaan sarana dan media yang digunakan dalam belajar.	4,58	4,28	0,93
3.	Kenyamanan ruang belajar.	4,33	3,94	0,91
4.	Lokasi gedung yang strategis.	4,81	4,06	0,94
5.	Saranan area parkir yang dimiliki lembaga.	4,06	4,43	-0,39

6.	Materi pelajaran yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dunia kerja.	4,76	4,88	-0,13
7.	Jadwal belajar yang akurat.	4,43	4,31	0,2
8.	Cara menyampaikan materi instruktur kepada siswa.	4,13	3,45	0,69
9.	Cara instruktur melakukan pendekatan dengan siswa.	3,88	3,67	0,2
10.	Perhatian dan kepedulian instruktur terhadap partisipasi siswa dalam belajar.	3,55	3,52	0,01
11.	Pemberian pelayanan tanpa memandang status sosial.	3,49	3,43	0,03
12.	Kemampuan staf menangani masalah dalam proses belajar.	3,73	3,36	0,36
13.	Kemudahan dalam mengakses fasilitas belajar.	4,51	3,60	0,91
14.	Instruktur yang memiliki kemampuan dan keahlian di bidangnya.	4,24	4,36	-0,07
15.	Keramahan dan kesopanan para staf dalam memberikan pelayanan.	4,31	4,09	0,21

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner

Gap analysis dilakukan untuk mengetahui apakah pada suatu atribut terdapat kepentingan antara apa yang dianggap penting oleh siswa dan kemampuan atribut tersebut memenuhi harapan siswa. Bagi lembaga, *gap analysis* ini dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk mengevaluasi kinerjanya.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari ke-15 atribut, El Rahma Palembang yang dinyatakan kepada responden, ternyata seluruh atribut tersebut dinilai masih memiliki kesenjangan antara tingkat kepentingan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan respon. Atribut yang dianggap penting oleh responden masih belum mampu sepenuhnya merespon sesuai dengan yang diharapkan oleh siswa. Hal ini sebaiknya diperhatikan oleh El Rahma Palembang dalam rangka memperbaiki kinerja lembaga dimasa yang akan datang.

PENUTUP

Berdasarkan 15 atribut yang terdapat pada penelitian ini siswa menilai ketersediaan sarana dan media yang digunakan dalam belajar, kenyamanan ruang belajar, lokasi gedung yang strategis, materi pelajaran yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dunia kerja, jadwal belajar yang akurat, keramahan dan kesopanan para staf dalam memberikan pelayanan dan instruktur yang memiliki kemampuan dan keahlian dibidangnya merupakan atribut yang sangat penting bagi siswa dalam menggunakan jasa El Rahma Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldo, Zukri. 2007. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perdagangan. Padang.
- Alma, Buchari. 1998. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta. Bandung.
- Atkinson, R.C., dan E.R. Hilgar. 1991. *Pengantar Psikologi*, diterjemahkan oleh Nurjanah Taufik dan Rukmini. Berhana. Erlangga. Jakarta.
- Chaplin, C.P. 1989. *Kamus Lengkap Psikologi*. Penerjemah Kartini Kartono, Rajawali Press. Jakarta.
- Diana, Anastasia, dan Fandy Tjiptono. 1998. *Penerapan Sistem Kualitas Dalam Industri Jasa Berdasarkan Konsep Total Quality Service*. Manajemen Usahawan-Lembaga Management FE UI. Jakarta.
- Elu, Wilfridus, B. 1997. *Membangun Keunggulan Melalui Relationship Marketing*. Manajemen Usahawan-Lembaga Managent FE UI. Jakarta.
- Engel. James. F. Et.al. 1995. *Perilaku Konsumen*, Binarupa Aksara. Jakarta.
- Gibson, James. 1986. *Organisasi Prilaku, Sturuktur dan Proses*. Diterjemahkan oleh Djoerban Wahid. Erlangga. Jakarta.
- Julita. 2001. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. <http://manbisnis.tripod.com>.
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Erlangga. Jakarta.
- Maharsi, Petrus. 1996. *Penciptaan Nilai Pelanggan, Perpaduan Antara Nilai yang Diharapkan*. Erlangga. Jakarta.
- Munir, A.A.S. 1991. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Gramedia. Jakrta.
- Pawitra, Teddy. 1993. *Pemasaran: Dimensi Falsafah, Disiplin, dan Keahlian*, Sekolah Tinggi Manajemen Prasetya Mulya. Jakarta.
- Payne, Adrian. 2000, *The Essence of Service Marketing: Pemasaran Jasa*. Andi. Yogyakarta.