

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modern ini kebutuhan masyarakat terhadap ilmu pengetahuan dan keahlian dalam bidang tertentu merupakan hal sangat penting untuk dimiliki tiap-tiap individu sebagai bekal menghadapi persaingan dan kebutuhan dunia kerja. Menurut Muhaimin Iskandar perubahan kebutuhan dunia kerja yang sangat dinamis tidak akan pernah menunggu kesiapan dunia pendidikan. Oleh karena itu, dunia pendidikan yang harus secara cepat menyesuaikan diri dengan kebutuhan dunia kerja yang sangat dinamis¹. Sehingga hal tersebut menjadi sebuah tantangan tersendiri dari penyedia jasa layanan edukasi di Indonesia. Khususnya lembaga pendidikan perguruan tinggi, karena setiap tahun dari seluruh perguruan tinggi di Indonesia ini telah meluluskan jutaan sarjana atau sumber daya manusia (SDM) yang siap bersaing di dunia kerja.

Berdasarkan data dari *Organization for Economic Co-operation Development* (OECD) yang dikutip pada tulisan Arief Maulana, Indonesia akan menjadi negara dengan jumlah sarjana terbanyak kelima di dunia pada

¹ Wahyu Daniel, 2013, 360.000 Sarjana di Indonesia Masih Menganggur, di akses pada tanggal 27 april 2014 dari finance.detik.com/read/2013/05/29/161124/2259348/4/360000-sarjana-di-indonesia-masih-menganggur.

tahun 2020 mendatang. Data tersebut merupakan proyeksi dari upaya Indonesia untuk meningkatkan jumlah lulusan perguruan tinggi setiap tahunnya². Bahkan Muhaimin Iskandar yang dilansir media Tribunnews.com mengatakan bahwa 610 ribu dari total 7,17 juta pengangguran terbuka di Indonesia, adalah "pengangguran intelektual" atau dari kalangan lulusan Universitas³.

Dengan jumlah lulusan yang begitu banyak, otomatis persaingan dalam dunia kerja juga begitu ketat, hal ini harusnya akan menuntut perguruan tinggi untuk semakin meningkatkan kinerja dan mutu pendidikan didalamnya guna tercipta lulusan / sarjana yang berkualitas dan mampu bersaing di dunia kerja. Dari kondisi tersebut idealnya akan menjadi motivasi bagi perguruan tinggi untuk melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas dalam memberikan pelayanan terhadap mahasiswa. Yang menurut artikel yang di publish oleh Harisudin, mahasiswa merupakan salah satu dari empat konsumen dari perguruan tinggi. Yakni pemerintah, masyarakat, industri dan mahasiswa⁴. Agar perguruan tinggi tersebut dapat menjadi penyedia jasa edukasi yang unggul dan terpercaya.

² Arief Maulana, 2013, *Masih Lambat Penyerapan Lulusan Sarjana di Indonesia*, di akses pada tanggal 27 april 2014 dari <http://www.unpad.ac.id/2013/09/masih-lambat-penyerapan-lulusan-sarjana-di-indonesia/>

³ Reza Gunadha, 2013, *Muhaimin Iskandar: 600.000 Sarjana di Indonesia jadi Pengangguran*, di akses pada tanggal 27 April 2014 dari <http://www.tribunnews.com/nasional/2013/11/03/muhaimin-iskandar-600-ribu-sarjana-di-indonesia-jadi-pengangguran>.

⁴ Mohd. Harisudin, 2009, *Mengapa Tidak Menjadikan Mahasiswa Sebagai Fokus Strategi Pengembangan Sebuah Perguruan Tinggi?*, di akses pada tanggal 29 april 2014 dari <http://harisudin.staff.uns.ac.id/2009/03/19/mengapa-tidak-menjadikan-mahasiswa-sebagai-fokus-strategi-pengembangan-sebuah-perguruan-tinggi/>

Menurut Hessel Nogi S. Tangkilisan dalam bukunya manajemen public mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung⁵. Proses pemenuhan kebutuhan inilah salah satu cara dari sebuah perguruan tinggi untuk memenuhi kebutuhan dari beberapa konsumennya, salah satunya adalah mahasiswa.

Sebuah perguruan tinggi harus memperhatikan pelayanan sehingga nantinya diharapkan mampu untuk menunjang tercapainya kepuasan dari mahasiswa selaku salah satu pemangku kepentingan. Kepuasan mahasiswa harus menjadi dasar dari keputusan manajemen, sehingga perguruan tinggi harus menjadikan peningkatan kepuasan mahasiswa sebagai suatu sasaran yang mendasar.

Menurut Handi Irawan kepuasan adalah persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Karena itu, pelanggan tidak akan puas, apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapan/kebutuhannya belum terpenuhi. Dan pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan⁶. Karena bisa dibayangkan kepuasan mahasiswa merupakan suatu hal yang abstrak dan hasilnya sangat bervariasi pada dasarnya sangat tergantung pada persepsi individu masing-masing. Dan tentunya pelayanan yang berorientasi untuk memperoleh kepuasan mahasiswa juga bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilakukan, sering didapati masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan dan ketidak berhasilan memuaskan sabagian pelanggan/konsumen.

⁵ Hessel Nogi S. Tangkilisan, 2005, *Manajemen Publik*, PT Grasindo, Jakarta, Hal. 208.

⁶ Handi Irawan, 2002, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, Hal. 03.

Dalam hal ini, salah satu kebutuhan mahasiswa dari sebuah perguruan tinggi adalah memiliki kemampuan dan keahlian sesuai pada jurusan yang sedang ditempuhnya, dan agar kebutuhan tersebut dapat terpenuhi. Maka terdapat unit-unit yang dimiliki oleh sebuah perguruan tinggi yang saling mendukung dalam proses pemenuhan kebutuhan dari mahasiswa, salah satu unit tersebut adalah dosen, jika di ibaratkan pada organisasi profit seperti bengkel motor, dosen adalah seorang teknisi yang menangani langsung perbaikan pada kendaraan konsumen. Oleh karena itu, menurut Ketua Asosiasi Dosen Indonesia (ADI) DKI Jakarta MTS Arief, se usai acara pelantikan Pengurus ADI Cabang Universitas Trisakti, di Gedung D, Universitas Trisakti, Kualitas dosen yang dimiliki oleh sebuah perguruan tinggi diyakini akan berkorelasi positif terhadap kualitas dari lulusannya sendiri⁷.

Sehingga bisa dibilang dosen merupakan salah satu unsur yang terpenting untuk menentukan *output* yang dihasilkan oleh sebuah jurusan. Oleh karena itu, kualitas dosen itu nanti akan menentukan baik dan buruknya hasil *output* dari sebuah jurusan. Dalam hal ini mahasiswa tentunya mempunyai peran, salah satunya adalah sebagai penilai kualitas pelayanan dari dosen tersebut. Penilaian ini berfungsi untuk mengetahui apakah dosen tersebut telah memberikan pelayanan yang terbaik selama mahasiswa mengikuti pendidikan di sebuah Universitas.

Demikian halnya yang terjadi di Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Sebagai

⁷ Suara Pembaruan, 2014, *391 Dosen Universitas Trisakti telah Tersertifikasi*, 21 april, di akses pada april 2014 dari <http://www.suarapembaruan.com/>

penyedia pelayanan pendidikan bagi mahasiswa (konsumen). Dalam hal ini dosen merupakan salah satu unsur pemberi pelayanan yang memegang peran penting dalam menentukan baik dan buruknya *output* dari Program Studi Manajemen Dakwah. Dimana pelayanan yang diberikan oleh dosen di Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya adalah sebagai salah satu produk yang ditawarkan. Sehingga perlu adanya bentuk-bentuk evaluasi untuk mengukur tingkat kepuasan mahasiswa, dengan harapan akan adanya perbaikan dan *peng-upgrade-an* kemampuan yang dimiliki oleh dosen. Karena pada hasil penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ayu Made Srinadi dan Desak Putu Eka Nilakusmawati di FMIPA Universitas Udayana, menemukan bahwasannya perlu adanya peningkatan kemampuan pedagogik dosen secara terus menerus⁸.

Hal ini menandakan bahwa masih banyak diluar sana kualitas pelayanan dosen yang memang masih dirasa kurang oleh mahasiswa. Tidak terkecuali di Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya yang juga berpotensi memiliki kualitas pelayanan yang sama seperti pada dosen di FMIPA Universitas Udayana.

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dosen terhadap kepuasan mahasiswa yang ada di Program Studi Manajemen Dakwah ini dapat dilakukan dengan salah satu cara, yakni melakukan

⁸ I Gusti Ayu Made Srinadi dan Desak Putu Eka Nilakusumawati, 2008, "*Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Fakultas Sebagai Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di FMIPA, Universitas Udayana)*," *Cakrawala Pendidikan*, Th. XXVII, no.3, hal. 230.

penelitian terhadap pelayanan dosen dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Karena ketika tidak dilakukan pengukuran melalui penelitian seperti ini, akibatnya dosen yang menjadi salah satu dari pemberi layanan⁹. Tidak akan pernah tahu sampai sejauh mana proses pemenuhan kebutuhan mahasiswa yang dilakukan dosen tersebut. dan ketika dosen tidak mengetahui mahasiswa ini kebutuhannya sudah tercukupi atau belum, maka dampaknya akan dirasakan oleh mahasiswa ketika mahasiswa sudah terjun ke dunia kerja.

Namun apabila mahasiswa memang kebutuhannya sudah terpenuhi tentu mereka nantinya akan mampu dalam hal persaingan dalam dunia kerja. namun jika sebaliknya, yakni kebutuhan mahasiswa belum terpenuhi dan dosen tidak menyadari hal tersebut, maka akibatnya mahasiswa tidak akan memiliki bekal apa-apa yang nantinya akan digunakan untuk bersaing di dunia kerja. Sehingga dengan begitu secara otomatis akan dapat menambah jumlah populasi pengangguran terdidik yang ada di Negara ini.

B. Rumusan Masalah

Dari gambaran latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang bisa peneliti ajukan adalah:

⁹ Sugi Rahayu, 2007, *"Ekspektasi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta"*, Jurnal Socia, volume IV, no.01.

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dosen terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya?
2. Sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dosen terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Ampel?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk:

1. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dosen terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dosen terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki nilai penting dalam organisasi yang bergerak dibidang jasa edukasi, khususnya sebuah jurusan yang ada pada suatu perguruan tinggi. Karena masih banyak jurusan di perguruan tinggi belum begitu memperhatikan mengenai proses evaluasi dengan melihat tingkat kepuasan yang diperoleh mahasiswa dari pelayanan yang diberikan oleh dosen. harapannya dengan adanya penelitian seperti ini, para pengelola organisasi khususnya dosen, bisa memperoleh gambaran nyata mengenai

dampak dan manfaat dari proses evaluasi dengan cara mengukur pengaruh dari pelayanan dosen terhadap tingkat kepuasan mahasiswa.

Disisi lain, proses evaluasi dalam suatu organisasi terutama yang bergerak dibidang penyedia jasa edukasi sudah sangat sering dibahas pada penelitian yang terdahulu, namun dalam konteks Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya. proses evaluasi oleh dosen yang seharusnya ada dan dilakukan oleh dosen ini jarang peneliti jumpai, khususnya dalam hal mengukur tingkat kepuasan dari mahasiswa Program Studi Manajemen. sehingga riset seperti ini diharapkan nantinya bisa dijadikan salah satu referensi guna meningkatkan kualitas pelayanan oleh dosen untuk menjadi lebih baik lagi, sehingga visi dan misi yang diharapkan oleh sebuah organisasi ini dapat terwujud.

Oleh karenanya, penelitian ini sangat penting dilakukan karena bisa memberikan beberapa manfaat sebagaimana berikut:

1. Manfaat teoritik
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap ilmu manajemen khususnya dibidang proses pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa, selaku salah satu konsumen pada sebuah perguruan tinggi.
 - b. Sebagai referensi bagi pihak-pihak tertentu guna menjadikan hasil dari penelitian ini menjadi acuan untuk penelitian lanjutan, guna mengembangkan aspek lain yang belum tercakup dalam penelitian ini.
2. Kegunaan praktis

- a. Sebagai bahan acuan bagi dosen, khususnya dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan terhadap mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah.
- b. Sebagai bahan masukan kepada dosen untuk lebih mempertimbangkan faktor pelayanan terhadap mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah.
- c. Sebagai bahan masukan kepada praktisi pendidikan bahwa dalam proses mendidik tentu perlu memperhatikan pada sisi kepuasan objek yang di ajar, guna tercapainya kualitas mengajar yang baik dan hasil belajar yang baik.

E. Definisi Operasional

1. Kualitas Pelayanan

Pelayanan Dosen adalah variabel bebas atau yang diberi tanda (X).

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (*service Quality*) adalah kemampuan untuk secara konsisten memenuhi keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan. *Customer service* yang bagus biasanya akan menghasilkan kepuasan pelanggan (*costumer satisfaction*). Kepuasan ini tercapai apabila layanan yang diharapkam (*expected service*) pelanggan sama dengan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterimanya (*perceived service*). Pelanggan akan semakin puas jika *gap* antara *expected service* dan *perceived service* kecil. Begitu juga sebaliknya,

pelanggan akan semakin tidak puas jika *gap* antara *expected service* dan *perceived service* besar¹⁰.

Sementara Menurut Hessel Nogi S. Tangkilisan dalam bukunya manajemen public mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung¹¹. Dalam penelitian ini yang dimaksud oleh peneliti adalah proses pemenuhan kebutuhan mahasiswa oleh dosen, dengan memberikan pelayanan dengan semestinya tugas seorang dosen.

b. Dosen

Menurut Indra Bastian, dosen adalah seorang yang berdasarkan pendidikan dan keahliannya diangkat oleh penyelenggara perguruan tinggi dengan tugas utama mengajar pada perguruan tinggi yang bersangkutan. Dosen dapat merupakan dosen biasa, dosen luar biasa, dan dosen tamu. Dosen biasa adalah dosen yang diangkat dan ditempatkan sebagai tenaga tetap pada perguruan tinggi yang bersangkutan. Dosen luar biasa adalah dosen yang bukan tenaga tetap pada perguruan tinggi yang bersangkutan. Dosen tamu adalah seorang yang diundang untuk mengajar pada perguruan tinggi selama waktu tertentu¹².

¹⁰ Hermawan Kartajaya dan yuswohady, 2005, *Attracting Tourists, Traders, Investors: Strategi Memasarkan Daerah di Era Ootomi*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal. 191.

¹¹ Hessel Nogi S. Tangkilisan, 2005, *Manajemen Publik*, PT Grasindo, Jakarta, Hal. 208.

¹² Indra Bastian, 2006, *Akuntansi Pendidikan*, Erlangga, Jakarta, Hal. 30.

Pada penelitian ini, yang hendak peneliti bahas adalah mengenai kualitas pelayanan dosen biasa. yakni dosen yang mengajar tetap di Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya.

Sementara dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kualitas pelayanan dari dosen adalah suatu proses pemberian materi kuliah, tugas, konsultasi, nilai hasil belajar, evaluasi, dan memiliki ketepatan waktu dalam melakukan seluruh hal tersebut oleh dosen terhadap mahasiswa.

2. Kepuasan

Kepuasan adalah variabel terikat atau terpengaruhi yang diberi tanda (Y).

a. Kepuasan

A. J. Ibnu Wibowo dalam majalah ilmiah Bina Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, Mengutip pendapat Zuliant Yamit, bahwa kepuasan adalah hasil yang dirasakan konsumen atas penggunaan produk dan jasa yang sama atau melebihi harapannya. Menurutnya harapan konsumen dapat diidentifikasi secara tepat apabila penyedia jasa mampu memahami persepsi kepuasan pelanggan agar terjadi kesenjangan persepsi. Sementara dari sumber yang sama mengutip pendapat Babin & Griffin bahwa kepuasan konsumen merupakan reaksi perasaan positif yang merupakan hasil

dari sebuah penilaian baik atas suatu pengalaman berbelanja atau konsumsi¹³.

Dalam penelitian ini Kepuasan adalah ketika seorang mahasiswa merasa kebutuhan dan proses pemenuhan kebutuhan oleh dosen telah terpenuhi sesuai harapan mahasiswa selaku konsumen pada sebuah perguruan tinggi. Sehingga untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa, perlu diadakan pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa.

Terkait dengan pengukuran kepuasan konsumen yang dalam penelitian ini yang dimaksud konsumen adalah mahasiswa. Diana Rahmawati dalam jurnalnya mengutip pendapat Kotler yang dikutip oleh Tjiptono, beliau mengatakan bahwa ada empat metode untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Pertama, sistem keluhan dan saran, artinya setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon.

Kedua, *survey* kepuasan pelanggan, artinya kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode *survey*, baik melalui pos, telepon,

¹³ A. J. Ibnu Wibowo, 2009, "Pengaruh Layanan, Reputasi, dan nilai Layanan Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa", Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi UNPAR, vol 13, no 2, hal. 60.

maupun wawancara pribadi. Dengan melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada konsumennya.

Ketiga, *ghost shopping*, artinya metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan pesaing. Kemudian *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk-produk tersebut.

Ke empat, *lost customer analysis*, artinya perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi terjadinya hal tersebut¹⁴.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh kesimpulan yang utuh dan terpadu pembahasan yang disajikan dalam penelitian ini adalah terdiri dari beberapa bab di dalamnya terdiri dari 5 bab yang disusun secara teratur dan sistematis.

¹⁴ Diana rahmawati, 2013, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa", Jurnal Economica, volume 9, no.01.

BAB I : Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Bab ini menjelaskan mengenai teori *pelayanan* yang terdiri dari kajian pustaka yang memaparkan tentang beberapa referensi yang digunakan untuk menelaah obyek kajian, dan kajian teoritik yang merupakan suatu model konseptual tentang bagaimana teori yang digunakan berhubungan dengan faktor yang telah di identifikasikan sebagai masalah penelitian serta disajikan hasil penelitian dahulu yang relevan dengan penelitian yang hendak dilakukan.

BAB III: Bab ini menjelaskan bagaimana cara menyelesaikan masalah dengan data yang dimiliki dengan menggunakan metode dan teknik sesuai dengan permasalahan yang diangkat, meliputi pendekatan dan jenis penelitian apa yang dipakai, obyek penelitian yang dikaji, teknik sampling yang digunakan dalam menentukan sampel penelitian berdasarkan populasi yang ada serta menentukan variabel yang digunakan untuk mempermudah hubungan dua variabel.

BAB IV: Bab ini menjelaskan terkait dengan gambaran umum obyek penelitian dan kondisi lapangan berupa sejarah berdirinya, letak geografis, visi dan misi, tujuan berdirinya Program Studi Manajemen Dakwah, keunggulan, struktur organisasi, job description, melakukan penyajian data yang memaparkan mengenai data dan fakta variabel-

variabel penelitian serta pemaparan hasil pengujian hipotesis dengan teknik statistik yang kemudian dibahas dalam pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan peneliti yang bersifat konseptual dan terkait langsung dengan rumusan masalah serta saran-saran yang bersumber pada temuan penelitian, pembahasan dan simpulan penelitian.