

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Deskripsi Kepuasan Pelanggan

2.1.1. Konsep Kepuasan

1. Pengertian Kepuasan

Kata “kepuasan (*satisfaction*)” berasal dari bahasa latin “*Satis*” artinya cukup baik dan atau memadai, dan “*Faction*” yang melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Secara umum kepuasan dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. (Wiwis Nawawis. 2010). Untuk mendapatkan gambaran mengenai konsep kepuasan, berikut diberikan beberapa definisi para ahli tentang definisi dari kepuasan:

- a. Tjibtono dan Chandara mendefinisikan kepuasan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.
- b. Kolter mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.
- c. Biong menjelaskan kepuasan sebuah konsekuensi atau akibat atas pengalaman satu pihak lain untuk memenuhi norma-norma atau aturan-aturan dengan harapan-harapannya
- d. Muhmin mendefinisikan kepuasan sebagai sebuah keadaan kasih sayang yang positif dihasilkan dari penilaian perusahaan terhadap seluruh aspek dari hubungan bekerjanya dengan perusahaan lain.
- e. Asseal menyebutkan bahwa ” *A satisfied customer is your best sales person, Satisfied customer influence friends and relative to buy, dissatisfied customers inhibit sales* (seseorang pelanggan yang puas merupakan penjual perorangan terbaik. Pelanggan yang puas akan mempengaruhi rekan-rekannya dan kecenderungan membeli, pelanggan yang tidak puas akan menghambat penjualan)
- f. Zeithaml dengan Bitner mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi konsumen terhadap produk maupun pelayanan dalam artian apakah produk dan pelayanan memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Dengan demikian kepuasan konsumen ini pada dasarnya merupakan sikap jangka pendek yang merupakan hasil evaluasi dari pengalaman melakukan konsumsi barang maupun jasa. (Adee Atiyaman, h. 528-540).

Adapun kepuasan pelanggan adalah konsep penting dalam pemasaran dan penelitian konsumen. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Jika mereka tidak dipuaskan, mereka cenderung beralih merek serta mengajukan keberatan pada produsen, pengecer, dan bahkan menceritakannya kepada konsumen atau pelanggan lain. Melihat tingginya tingkat kepentingannya pada pemasaran, Kepuasan telah menjadi subjek dari beberapa penelitian konsumen yang dilakukan cukup gencar. (J. Paul Peter, h. 157).

Dalam era kompetensi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama, pelanggan diibaratkan seseorang raja yang harus dilayani namun hal ini bukan berarti menyerahkan segalanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *win-win solution* yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan. (Mina Rahmayanti, 2007).

Tom Peters, dalam *Thriving On Chaos*, membicarakan tentang peran penting pelanggan dalam menentukan mutu dengan menekankan bahwa mutu yang dirasa (*perceived quality*) dari sebuah produk bisnis atau jasa adalah faktor utama yang mempengaruhi kesuksesan produk atau jasa tersebut. Peters berpendapat bahwa mutu yang didefinisikan oleh pelanggan jauh lebih penting

dibandingkan harga dalam menentukan permintaan barang dan jasa, serta menemukan kenyataan bahwa pelanggan akan selalu membayar lebih baik untuk mutu yang baik, tanpa menghiraukan tipe produknya. Dan dia juga berpendapat bahwa karyawan menjadi jauh lebih berenergi ketika mereka memiliki kesempatan untuk memberikan layanan yang bermutu atau menghasilkan produk yang bermutu. Walaupun demikian, dia selalu mengingatkan bahwa pelaku pasar yang baru ikut bergabung juga akan memberi dan membuat para pelanggan melakukan redefinisi terhadap mutu, atau yang sama artinya dengan kepuasan pelanggan. (Edwar Sallis. h. 56-57)

Dalam kaitannya dengan mahasiswa sebagai fokus utama Perguruan Tinggi (PT), Anderson mengatakan bahwa hubungan pertama kali mahasiswa dengan universitas pada saat adanya layanan penerimaan dan registrasi mahasiswa baru, sehingga penyediaan layanan yang bagus akan memberikan dampak positif bagi penilaian mahasiswa baru terhadap universitas atau Perguruan Tinggi (PT). Juga dijelaskan oleh Athiyaman bahwa pelayanan yang berkualitas telah menjadi tujuan utama dari kebanyakan institusi pendidikan. Para praktisi seringkali berasumsi bahwa kualitas pelayanan sama dengan kepuasan konsumen. (E.A. Anderson, 1995). Atas dasar inilah kemudian dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa harus diukur untuk dapat mengetahui tingkat kualitas pelayanan suatu perguruan tinggi (PT). Kepuasan mahasiswa merupakan misi yang harus diwujudkan apabila suatu lembaga pendidikan ingin diterima oleh masyarakat serta dapat terus eksis dan berkembang di tengah-tengah dukungan masyarakat. Bentuk pelayanan yang diterima oleh mahasiswa diperguruan tinggi dapat mencakup pelayanan kegiatan akademik, kemahasiswaan dan administrasi.

2.1.2. Faktor Pengaruh Kepuasan Mahasiswa

Menurut Lupiyoadi, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu :

- 1) Kualitas Produk
- 2) Kualitas Pelayanan
- 3) Emosional
- 4) Harga
- 5) Biaya, (E.A. Anderson, 1995).

Dalam buku karangan Patricia Patton yang berjudul EQ Pelayanan Sepenuh Hati, faktor kepuasan pelanggan dapat dilihat dari terpenuhinya lima komponen layanan sepenuh hati yaitu:

- a) Memahami Emosi-Emosi Kita
- b) Kompetensi
- c) Mengelola Emosi-Emosi Kita
- d) Bersikap Kreatif dan Memotivasi diri sendiri
- e) Menyelaraskan Emosi-Emosi Orang Lain (Lupiyoadi,2001)

Dari kelima komponen layanan sepenuh hati itu yang terpenting dalam faktor-faktor mencapai kepuasan pelanggan adalah menyelaraskan yaitu membangun jembatan emosi-emosi kita, emosi-emosi klien, dan layanan yang diberikan.

Selain itu, menurut Fendi Tjiptono faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau mahasiswa antara lain sebagai berikut:

- a) Komunikasi dari mulut kemulut, informasi yang diperoleh dari masyarakat yang memperoleh pelayanan memuaskan ataupun tidak, akan menjadi informasi yang dapat digunakan sebagai referensi untuk menggunakan atau memilih jasa pelayanan

- b) Kebutuhan pribadi, masyarakat selalu membutuhkan pelayanan yang tersedia sebagai kebutuhan pribadi yang tersedia pada waktu dan tempat sesuai dan kebutuhan
- c) Pengalaman masalah, masyarakat yang pernah mendapatkan pelayanan yang memuaskan akan kembali untuk memperoleh layanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhannya berdasarkan pengalamannya
- d) Komunikasi eksternal, sosialisasi yang luas dari system pelayanan mengenai fasilitas, sumber daya manusia (SDM), serta kelebihan-kelebihan yang dimiliki suatu institut akan mempengaruhi pemakaian jasa pelayanan oleh masyarakat. (Arifah Alfiani, 2016, H,32-33).

Factor-faktor diatas itulah yang menyebabkan penilaian pelanggan terhadap kepuasan yang diterima. Penilaian dapat bernilai positif ataupun negative. Rasa tidak puas tergantung pada sikap pelanggan terhadap ketidaksesuaian (senang atau tidak senang) dan evaluasi untuk dirinya.

Pada lingkup perguruan tinggi pelanggan dan sasaran utama ialah mahasiswa dikatakan sebagai pelanggan karena dia membayar jasa pendidikan untuk menuntut ilmu. Hal ini tentunya diiringi dengan harapan yang diinginkan dalam proses pendidikan, harapan mahasiswa sebagai pelanggan utama adalah harapan yang berkenaan dengan hardware, software, kualitas dari hardware dan software ini menjadi nilai tambah dari proses pembelajaran. Mengacu pada harapan tersebut, maka tentunya setiap mahasiswa memiliki persepsi yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain, ada yang berpersepsi dengan standar yang tinggi sehingga tidak dapat dipenuhi oleh lembaga, ada yang sedang dan ada juga yang rendah.

Kondisi umum yang terjadi adalah mahasiswa yang dapat mengalami dari tingkat kepuasan yang umum yaitu, kinerja dibawah harapan, mahasiswa akan tidak puas. Kinerja sesuai dengan harapan mahasiswa akan puas. Serta kinerja

melampaui harapan maka mahasiswa akan merasa sangat puas. Perasaan tidak puas atau sangat puas ini akan mempengaruhi tindakan selanjutnya. Mahasiswa yang merasa puas akan menyampaikan respon yang positif tentang jasa yang ia gunakan, sebaliknya mahasiswa yang tidak puas akan bereaksi secara berlainan atau mengembalikan respon yang negatif. Tingkat kepuasan atau kesenangan yang tinggi akan menciptakan ikatan emosional yang tinggi, sehingga lembaga perlu membentuk budaya sedemikian rupa sehingga orang dalam lembaga bertujuan melayani dan memenuhi mahasiswa secara baik dan berkualitas. Oleh karena itu, pimpinan dalam hal ini dapat mengambil langkah untuk meminimalkan jumlah ketidakpuasan mahasiswa, misalnya dengan mengadakan komunikasi secara periodic. Komunikasi dengan para mahasiswa dapat dilakukan dengan menyediakan forum komunikasi yang baik bagi keluhan mahasiswa dan menangani keluhan tersebut dengan cepat.

2.1.3. Indikator kepuasan pelanggan (mahasiswa)

Menurut Berry dan Parasuraman (Alm, 2005) terdapat lima indikator kepuasan mahasiswa dalam kaitannya dengan mutu pendidikan, yaitu. (Skripsi, Afifah Alfiani.2016,H,35-36)

- 1) Keandalan, hubungan dengan kebijakan pimpinan, kompetensi dosen dan pelayanan karyawan dalam memberikan pelayanan yang bermutu, konsisten, dan sesuai kebutuhan mahasiswa.
- 2) Daya tanggap, kesediaan personil sekolah untuk mendengarkan dan mengatasi keluhan mahasiswa/siswa yang berhubungan dengan masalah kuliah yang menyangkut masalah-masalah sekolah.
- 3) Kepastian, yaitu suatu keadaan di mana lembaga/sekolah memberikan jaminan kepastian layanan kepada mahasiswa yang tidak terlepas dari kemampuan personil lembaga/sekolah, terutama pimpinan, dosen atau karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji perguruan tinggi terhadap mahasiswa, disamping layanan-layanan lainnya.

- 4) Empati, merupakan keadaan mental yang membuat seseorang merasa dirinya dikeadaan orang lain. Dengan demikian bentuk empati lembaga/sekolah terhadap kebutuhan mahasiswa adalah adanya pemahaman personil lembaga/terhadap kebutuhan mahasiswa dan berupaya kearah pencapaiannya.
- 5) Berwujud. Dalam dunia pendidikan berhubungan dengan aspek fisik sekolah yang diperlukan untuk menunjang proses belajar mengajar, meliputi: bangunan, taman, laboraterium, perpustakaan dan lainnya. (Afifah Alfiani.2016,H,35-36)

2.1.4. Strategi Kepuasan Pelanggan (Mahasiswa)

Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah. Bahkan Muide dan Cottam menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai sekalipun hanya untuk sementara waktu. (Fandi Tjiptono, 2005). Namun, upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Pada prinsipnya, strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan para pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan sebuah lembaga. Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, antara lain:

- 1) 2.1.4.1 Strategi *unconditional service guarantees* atau *extraordinary guarantees* (Fandi Tjiptono, 2005).

Strategi ini berarti komitmen untuk memberikan kepuasan pada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu jasa dan kinerja lembaga. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik dari pada sebelumnya. Garansi atau jaminan mutlak dirancang untuk meringankan risiko/kerugian

pelanggan. Garansi tersebut menjanjikan kualitas prima dan kepuasan pelanggan, sehingga memaksa lembaga untuk memberikan yang terbaik dan meraih loyalitas pelanggan. Fungsi utama garansi adalah untuk meminimalisir rasa kecewa para pelanggan atas segala sesuatu yang diberikan oleh lembaga yang bersangkutan.

Suatu garansi yang baik harus memenuhi beberapa kriteria, diantaranya adalah:

- a) Realistis dan dinyatakan secara spesifik
- b) Sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami
- c) Tidak membebani pelanggan dengan syarat-syarat yang berlebihan
- d) Berfokus pada kebutuhan pelanggan
- e) Memberikan standar kinerja yang jelas (Mohammad Joko Triyono, H. 30)

2) Strategi penanganan keluhan yang efisien

Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas, manfaat lainnya antara lain:

- a) Penyedia jasa memperoleh kesempatan lagi untuk memperbaiki hubungan dengan pelanggan yang kecewa
- b) Penyedia jasa bisa terhindar dari publisitas negative
- c) Penyedia jasa akan mengetahui aspek-aspek yang perlu dibenahi dalam pelayanannya pada saat ini
- d) Penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya
- e) Pegawai dapat termotivasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas lebih baik. (Yetty Sarjono, 2006).

Proses penanganan keluhan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh. Langkah ini merupakan langkah yang sangat penting, karena menentukan efektivitas langkah-langkah selanjutnya. Sumber masalah ini perlu diatasi dan ditindak lanjuti agar dimasa mendatang tidak timbul masalah yang sama. Ketidak puasan bisa semakin besar apabila pelanggan yang mengeluh

merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan baik. Yang penting bagi pelanggan adalah bahwa pihak lembaga harus menunjukkan rasa perhatian, keprihatinan, dan penyesalan terhadap kecewanya pelanggan dan berusaha memperbaiki situasi. Oleh karena itu para karyawan/pegawai perlu dilatih dan diberdayakan untuk mengambil keputusan dalam rangka menangani situasi-situasi seperti itu.

Ada empat aspek penting dalam penanganan keluhan, yaitu sebagai berikut:

- a) Empati pada pelanggan yang marah
 - b) Kecepatan dalam penanganan keluhan
 - c) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan
 - d) Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan.
- (Fandi Tajiptono, 2005).

Jika aspek penting tersebut diatas dilaksanakan dengan baik maka para pelanggan tidak timbul kekecewaan yang lain.

3) Strategi peningkatan kinerja lembaga

Hal ini meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara terus menerus dan berkesinambungan, *salesmanship*, dan *public relation* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsure kemampuan untuk memuaskan pelanggan kedalam system penilaian prestasi karyawan.

4) Menerapkan *Quality Function Deployment (QFD)*

Quality Function Deployment (QFD) yaitu praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. (Fandi Tajiptono, 2005).

Quality Function Deployment (QFD) dapat didefinisikan sebagai suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan

menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu kedalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan relevan organisasi dapat mengerti dan bertindak.

Quality Function Deployment (QFD) apabila diterapkan secara tepat, maka akan memberikan hasil-hasil sebagai berikut:

- a. Meningkatkan efektivitas komunikasi diantara departemen-departemen
- b. Kebutuhan pelanggan dibawah melalui proses langsung ke operasional
- c. Lebih sedikit perubahan-perubahan sistem yang terjadi
- d. Meningkatkan kualitas sistem
- e. Rendahnya biaya yang digunakan
- f. Hemat waktu
- g. Identifikasi dan penyelesaian kembali dari kebutuhan-kebutuhan yang bertentangan dari berbagai pelanggan. (Vincent Gaspersz, H. 42).

Pekerjaan dari tim *Quality Function Deployment (QFD)* adalah mendengarkan suara dari pelanggan. Isu-isu dalam suara pelanggan adalah:

- a) Memikirkan kebutuhan dan keinginan pelanggan
- b) Sebagai titik awal untuk merancang produk dan proses operasional
- c) Berfokus dan mengendalikan proses
- d) Harus dimonitor secara terus menerus
- e) Memberikan basis untuk pengukuran kritis. (J. Paul Peter, Consumer Behavior, H. 167)

2.1.5 Pengukuran Kepuasan Pelanggan/ Mahasiswa

Kepuasan konsumen ini telah menjadi isu global yang mempengaruhi seluruh organisasi baik yang kecil maupun yang besar, organisasi profit maupun non profit global maupun lokal, tak terkecuali juga dalam institusi pendidikan. (S. Sivesen.2012.H.1-9). Beberapa literatur menunjukkan bahwa universitas kini menjadi lebih peduli dengan pentingnya kepuasan mahasiswa. Hal ini tidak

mengherankan mengingat adanya sejumlah temuan antara lain bahwa kepuasan member dampak terhadap loyalitas konsumen, *positif word of mouth* kemauan konsumen untuk membayar lebih, bahkan dapat menjadi sumber daya komunikasi gratis yang efektif dan efisien dalam memasarkan komporasi.

Dalam konteks perguruan tinggi seorang murid atau mahasiswa mendaftar dan mulai memasuki serta merasakan pengalaman ditempat ia belajar, maka selanjutnya konsumen akan merasakan tingkat kepuasan maupun ketidak puasan berdasarkan pengalaman tersebut. Jika terjadi ketidak puasan atas hasil yang ia bayarkan, maka akan menghasilkan *word of mouth* (komunikasi dari mulut kemulut) yang negatif terhadap sekolah atau perguruan tinggi tersebut dan kedepannya akan berdampak pada penurunan jumlah pendaftat disekolah atau perguruan tinggi tersebut. (Ian G. Evans, H 38). Dengan demikian member pelayanan yang sesuai dengan harapan mahasiswa atau yang member kepuasan sangat penting demi kelangsungan hidup jangka panjang di tengah persaingan perguruan tinggi saat ini. Beberapa alasan tersebut melandasi pentingnya *feedback* dari mahasiswa.

Mendapatkan *feedback* dari mahasiswa sangat bermanfaat bagi institusi pendidikan, manfaat tersebut beberapa hal antara lain:

- a) Untuk menyediakan bukti bahwa mahasiswa memiliki kesempatan untuk memberikan komitmennya terhadap institusi yang informasinya dapat digunakan sebagai peningkatan kualitas pelayanan.
- b) Untuk mengeluarkan cerminan mahasiswa terhadap pembelajaran yang mereka rasakan
- c) 2.1.5.3 Untuk menjadi institusi memiliki indikator yang dapat berkontribusi terhadap reputasi di pasar

- d) Menyediakan kesempatan mahasiswa untuk mengekspresikan tingkat kepuasan terhadap pengalaman akademis yang mereka rasakan. (J. Rowley Designing, 2003, Vol 11 No 3).

Salah satu metode yang dapat dilakukan untuk mendapatkan *feedback* dari mahasiswa adalah melalui survei kepuasan mahasiswa dengan alat analisis *importance performance analysis* (IPA). IPA pertama kali diaplikasikan oleh Martilla dan James. (John A Martilla and John C. James, H, 77-79). Selanjutnya analisis tersebut dikenal dengan istilah ‘analisis kuadran’ yang sebuah teknik digunakan untuk menganalisis rating urgensi dan atribut. Dalam menganalisis kepuasan mahasiswa, beberapa peneliti menggunakan alat ini. Alat ini dapat mengkombinasikan informasi mengenai tingkat persepsi mahasiswa dengan tingkat kepentingan mahasiswa. Pengukuran kepuasan mahasiswa ini penting dilakukan perguruan tinggi, karena dapat memberikan masukan kepada perguruan tinggi, sekaligus dapat membuat mahasiswa merasa diperhatikan oleh perguruan tinggi. Perhatian dari perguruan tinggi, akan membuat mahasiswa dihargai, sehingga mereka dapat menjadi loyal kepada perguruan tinggi tersebut, dan loyalitas akan menjadi senjata ampuh dalam menghadapi persaingan antar perguruan tinggi.

2.2 Deskripsi Pelayanan Administrasi

2.2.1 Pelayanan

Pelayanan didefinisikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, hal tersebut pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Layanan pada dasarnya adalah orang yang membrikan atau mengurus apa yang diperlukan oleh orang lain baik berupa barang atau jasa yang membutuhkan suatu informasi. Menurut yang

dikemukakan oleh Gronroos (dalam bukunya Ratminto dan Atik Septi Winarsih tentang manajemen pelayanan) mendefinisikan pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan pegawai atau hal-hallain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. (Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2009, H 2).

Dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. (Tim Bahasa PB, 1999.H 206). Oleh karena itu, pelayanan yang kita berikan harus berkualitas sehingga pelanggan yang menerima layanan kita merasa puas dan selalu ingin membeli apa yang kita berikan, jika dalam pelayanan yang diberikan melebihi dari yang diharapkan oleh pelanggan, mereka akan merasa sangat puas. Namun jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sama dengan yang diharapkan mereka akan puas. Sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai atau bahkan dibawah harapan pelanggan, mereka akan merasa tidak puas bahkan sangat tidak puas.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas Pelayanan atau Servis Quality adalah suatu metode mengukur pelayanan mutu, artinya apakah pelayanan yang dilaksanakan disebuah organisasi tersebut memberikan kepuasan

pada pemakai. Pelayanan mutu disini dievaluasi apakah memberikan kepuasan para pengguna. Pelaksanaan pelayanan mutu sangat penting dalam era persaingan ini. Semakin tinggi mutu pelayanan yang dilaksanakan, semakin banyak pula pelanggan terpuaskan. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan. (Suranto, 2009.H 95-96).

Kualitas pelayanan merupakan penghubung terakhir dalam rantai aktivitas bagi sistem total quality management. Kualitas pelayanan juga merupakan sebuah unsur penting dari total quality untuk mempengaruhi keputusan. (Chang Zeph Yun, et. Al, 1998,H153).

2.2.2 Indikator Pelayanan

Menurut Philip Kotler dalam buku Suparto mengatakan terdapat lima determinan kualitas pelayanan yang dapat dirincikan sebagai berikut :

1. Kepercayaan atau kehandalan (*reliability*): kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
2. Daya tanggap (*responsiveness*): kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.
3. Keyakinan (*assurance*): pengetahuan dan kesopanan Pustakawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati (*empaty*): syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
5. Berwujud (*tangibles*): penampilan fasilitas fisik, peralatan, personeldan media komunikasi. (J. Supranto.2006,H.231)

Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan di tentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan penerima pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan. Oleh karena itu, dalam kaitanya dengan tingkat kepuasan masyarakat keputusan MENPAN No. 63 Tahun 2004 mengamanatkan agar setiap

penyelenggara pelayanan secara berkala melakukan survei indeks kepuasan masyarakat. (Ratminto dan Atik Septi Winasih, 2009, H. 28.)

Menurut Gasperz, Vincent, bahwa untuk mengukur tidaknya kualitas suatu layanan yang diberikan kepada konsumen pengguna jasa, maka ada lima dimensi karakteristik yang diidentifikasi dan digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas layanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah:

- a. Bukti nyata, yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi
- b. Keandalan, yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
- c. Daya tanggap, yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dengan tanggap.
- d. Kepastian, yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan. Dan
- e. Empati, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan perhatian yang tulus terhadap kebutuhan pelanggan. (Gasperz, Vincent, 1997, H. 5)

Kualitas atau mutu merupakan suatu istilah yang pemaknaannya sangat subjektif dan kontekstual, sehingga pengertian mengenai kualitas pelayanan pendidikan akan sangat berbeda dengan satu orang dengan orang lain dan dengan satu instansi dengan instansi yang lain padahal mutu harus ditetapkan untuk menyebut suatu instansi dikatakan bermutu.

Secara operasional, mutu ditentukan oleh dua factor, yaitu pertama terpenuhinya spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya; atau kedua terpenuhinya spesifikasi yang diharapkan menurut tuntutan dan kebutuhan pengguna jasa. Mutu yang pertama disebut *quality in fact* (mutu sesungguhnya) dan yang kedua disebut *quality in perception* (mutu persepsi). (Edward Sallis, H. 7).

Berkualitasnya suatu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat dikatakan apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar dan kebutuhan pelanggan. Menurut Zeithaml dan Bitner mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai persepsi pelanggan yang merupakan evaluasi atas sejumlah dimensi-dimensi pelayanan tertentu, seperti: keandalannya, ketanggapannya, jaminannya, empatinya, dan pelayanan secara fisik. (Valeri A Zeithaml, dan Mary Jo Bitner, h. 74).

Dalam perguruan tinggi (PT) mahasiswa merupakan pelanggan utama yang wajib diberikan pelayanan yang baik dan berkualitas, semakin baik pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa maka semakin banyak mahasiswa yang akan membutuhkan institusi kita. Mahasiswa yang merasakan tingkat kepuasan yang sesuai dengan harapan dan keinginannya, mereka akan bersedia menjual dan mempromosikan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau calon pelanggan lain, sehingga lembaga atau institusi kita akan menjadi incaran bagi para calon mahasiswa untuk melanjutkan studi mereka. Hak dan kewajiban mahasiswa menerima pelayanan yang baik dan berkualitas memang semestinya diberikan.

Menurut Mahmud menyebutkan terdapat enam layanan yang terkait dengan mahasiswa adalah:

- a) Layanan informasi, meliputi seluruh informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa, baik secara lisan maupun tulisan. Informasi ini dapat ditemui mahasiswa melalui surat edaran, website, tatap muka secara langsung dengan tenaga kependidikan mengenai penyelesaian masalah-masalah yang dialami oleh mahasiswa.
- b) Layanan sarana prasarana, meliputi penyediaan fasilitas fisik perguruan tinggi (PT) seperti penyediaan gedung perkuliahan, ketersediaan parkir yang representatif, teman yang menyejukkan,

- perpustakaan, laboratorium, sarana olah raga, mesjid, asrama mahasiswa, dsb.
- c) Layanan administrasi akademik, meliputi layanan yang berkaitan dengan registrasi seperti pembayaran spp, penerimaan KHS dan KRS, pengajuan cuti, pembuatan surat keterangan, dsb.
 - d) Layanan bimbingan, merupakan layanan yang dibutuhkan oleh mahasiswa sejak mereka menjadi mahasiswa perguruan tinggi (PT) dimulai dari bimbingan orientasi mahasiswa, bimbingan konseling, bimbingan saat belajar mengajar, bimbingan penulisan karya ilmiah, dsb.
 - e) Layanan pengembangan kompetensi bakat dan minat, yaitu melalui penyediaan organisasi kemahasiswaan yang dapat menyalurkan bakat dan minat mahasiswa
 - f) Layanan kesejahteraan mahasiswa, meliputi pemberian mahasiswa beasiswa berprestasi, khususnya dari kalangan tidak mampu. (Marzuki Mahmud, 2012), H. 65).

2.3 Layanan Administrasi

2.3.1 Pengertian Administrasi

Berbicara tentang administrasi, berbagai macam pengertiannya seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti sekarang ini, pengertian administrasi selalu mengalami perubahan seiring dengan revolusi ilmu pengetahuan diberbagai bidang. Istilah administrasi berasal dari bahasa latin, yaitu “ad” dan “ministrare” yang diartikan orang yang memberikan pelayanan kepada orang lain. (Talizuduhu Ndara, H. 71)

Sehubungan dengan itu, Purwanto mengemukakan asalmuasal kata administrasi (etimologi) tersebut sebagai berikut:

Kata “administrasi” berasal dari bahasa latin yang terdiri atas kata *ad* dan *ministrare*, kata *ad* mempunyai arti sama dengan kata *to* dalam bahasa inggris, yang bererti “ke” atau “kepada”. Dan *administrare* sama artinya dengan kata *to serve* atau *to conduct* yang berarti “melayani”, “membantu”, atau “mengarahkan”. Dalam bahasa inggris *to administrate* berarti pula “mengatur” “memelihara” (*to look after*) dan mengarahkan. (Ngalim Purwanto, 2007, H. 1).

Ngalim Purwanto menjelaskan bahwa pengertian “administrasi adalah sebagai suatu kegiatan atau usaha untuk membantu melayani, mengarahkan atau mengajar kegiatan didalam mencapai suatu tujuan”. (Sondang P.Siagan,2003), H.2). Dalam buku Siagan sebagai mana dikutip Pidarta merumuskan “administrasi adalah keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”.

Dimick dan Dimock dalam Hendiyat Sutopo dan Wasti Sumanto, memberikan defenisi bahwa administrasi adalah melaksanakan tugas pemerintah yang dilaksanakan dengan mengkoor dinasikan usaha orang-orang sehingga mereka dapat bekerja sama untuk menyelesaikan apa yang mereka sebut “tugas”. Batasan makna tersebut kiranya memberi suatu pemahaman bahwa kata administrasi berasal pula *to-conduct* atau *to-seve*. Dengan demikian kata adminitrasi yang dipakai ini adalah merupakan pengertian administrasi dalam arti umum atau luas. Kata administrasi dalam arti umum atau luas diambil dari bahasa latin yang ditranslite kedalam bahasa inggris sehingga menjadi kata “*to-administrasi*” yang berarti mengurus, mengelolah atau mengerjakan. Sedangkan kata benda dari *to administrasi* ialah *administration*, dengan kata sifatnya adalah *administrative*. Kata *administration* dari bahasa inggris dikemudian ditranslite ke dalam bahasa Indonesia yaitu adminitrasi. (Muh. Hizbul Muflihin,2015), h. 22).

Di Indonesia kita mengenal dan memahami “administrasi” dari dua bahasa yang berbeda dengan makna yang berbeda pula. *Pertama administratie* dari Bahasa Belanda yang kita kenal sejak masuknya pengaruh sistem administrasi

publik klasik (sistem administrasi negara Prancis atau sistem administrasi Negara Eropa Barat Kontinental) yang dibawah oleh pemerintah jajahan Belanda. Istilah *administratie* dalam bahasa Belanda mencakup pengertian *stelselmatige verkrijging, en verwerking van gegevens* (dalam bahasa Indonesia disebut “ tata usaha” atau “administrasi dalam arti sempit”) dan *bertuur en beheer* sekaligus. *Bestuur* adalah manajemen akan sumber dayanya (financial, personal, materiil, gudang, dan sebagainya).

Administrasi sebagai ketatausahaan yang dalam bahasa Inggris dipergunakan istilah *clerical work, paper work, atau office work* atau administrasi dalam arti sempit adalah berupa pencatatan, pengolahan, pengumpulan, pemberian nomor/ kode surat, pengetikkan, penggandaan, penyimpanan (pengarsipan), pengiriman, berbagai informasi yang diterima atau yang dikeluarkan oleh suatu organisasi atau institusi. Terhadap surat yang masuk ke sebuah organisasi atau institusi misalnya, yang harus dilakukan antara lain :

1. Mencatat atau mengangandakan dalam buku agenda surat masuk (seperti asal, tanggal, nomor, dan perihal surat)
2. Mengantarkan surat tersebut kepada pihak yang dituju (kepa dinas, kepala biro, kepala bidang, kepala bagian, kepala seksi, dan lain-lain); jika kemudian surat itu harus dijawab/ dibalas
3. Selanjutnya.mengetik surat bahasan yang drafnya telah disetujui pimpinan
4. Memberi nomor surat balasan
5. Mencatat surat balsan dalam buku agenda surat keluar
6. Menggadakan surat balasan termasuk surat (kepada siapa surat di tembuskan) dan arsip
7. Mengirim surat balasan., menyimpan atau mengarsipkan surat balasan yang dikirim (keluar) dan surat yang awal diterima. Rangkaian dari aktifitas diatas adalah administrasi dalam pengertian tata usaha tau kegiatan ketatausahaan atau administrasi dalam arti sempit. (Prof. Dr. H. Wirman Syafri, M.Si, 2012, H. 3-4).

Sedangkan administrasi dalam arti luas menurut Albert Lepawasky mencakup organisasi dan manajemen. Hal ini sejalan dengan pendapat William H. Newman yang mengatakan bahwa administrasi dapat dipahami sebagai pembimbingan, kepemimpinan dan pengawasan usaha-usaha suatu kelompok orang-orang kearah pencapaian tujuan bersama. Sementara itu, Sondang P. Siagian mengatakan bahwa administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan daripada keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Apabila bicara administrasi jelas maksudnya adalah penyelenggaraan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan-tujuan pokok dari masyarakat dan anggota-anggotanya. (Prof. Dr. H. Syaiful Sagala, M.Pd. 2013.h.22).

Slamet Wijadi Atmosudarmo mengemukakan bahwa pengertian administrasi dapat di tinjau dari tiga sudut pandang:

- a. Institusional adalah keseluruhan orang atau kelompok orang-orang sebagai suatu kesatuan menjalankan proses kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan bersama
- b. Fungsional adalah segala kegiatan dan tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan termasuk tindakan untuk menentukan tujuan itu sendiri, tindakan tersebut bersifat melihat kedepan.
- c. Administrasi sebagai proses adalah keseluruhan proses yang merupakan kegiatan-kegiatan, pemikiran-pemikiran, pengaturan-pengaturan sejak dari penentuan tujuan sampai penyelenggaraan sehingga tercapai tujuan tersebut. (Prof. Dr. H. Syaiful Sagala, M.Pd. 2013.h.22).

Banyak orang mengartikan bahwa administrasi lebih merujuk kepada pekerjaan sekretaris, klerk, tata usaha atau pekerjaan yang bersangkutan dengan tulis menulis. Namun lebih tepatnya, bahwa konotasi administrasi adalah upaya

untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien dengan memanfaatkan orang-orang dalam suatu pola kerjasama. Dan dalam administrasi itu sendiri ada beberapa unsur utama yang diperhatikan meliputi tujuan, sumber daya manusia (SDM), sumber daya lain, dan waktu. Beberapa unsur ini bila dilihat dari perspektif perilaku sosial dapat dikatakan sebagai organisasi. Dan dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah subsistem dari organisasi itu sendiri dengan unsur-unsur tersebut. (Faried Ali. 2011.h.24-25).

Memanfaatkan secara baik sumber daya manusia (SDM) dalam sebuah organisasi akan menentukan keberhasilan suatu organisasi atau lembaga. Oleh karena itu, Peran sumber daya manusia (SDM) dalam menentukan keberhasilan perusahaan atau organisasi tidak dapat diabaikan begitu saja. Jeffrey Pfeffer mengatakan bahwa sumber daya manusia (SDM) merupakan sumber keunggulan daya saing yang mampu menghadapi berbagai tantangan. Ia membandingkan kedudukan istimewa sumber daya ini dengan sumber daya keunggulan daya saing lain yang kini semakin berkurang keampuannya, seperti teknologi produk dan proses produksi. (Prof. Dr. H. Edy Sutrisno, M.Si. 2009.h.19). Dengan demikian maka lembaga pendidikan khususnya perguruan tinggi termasuk di dalamnya sebagai penyelenggara kegiatan administrasi.

Setiap perguruan tinggi baik universitas, institut, sekolah tinggi, politeknik ataupun akademi mempunyai unsur pelaksana administratif. Satuan pelaksana administratif pada perguruan tinggi menyelenggarakan pelayanan teknis dan administratif yang meliputi administrasi akademik, administrasi keuangan, administrasi umum, administrasi kemahasiswaan, administrasi perencanaan

dansistem informasi. Kualitas pelayanan pelaksana administratif perguruan tinggi dapat dilihat dari beberapa segi. Penilaian dapat berasal dari segi wujud, keandalan, daya tanggap, kepastian, dan tingkat empati. Menurut wujudnya, apakah fasilitas (perlengkapan, peralatan) yang digunakan dalam pelayanan administratif itu jenisnya lengkap, jumlahnya cukup, keadaannya baik dan sesuai dengan perkembangan teknologi perkantoran. Pegawai administratif memiliki performansi yang baik, mampu, andal dan mau melaksanakan tugasnya masing - masing dengan memperhatikan prosedur dan metode yang baik dan efisien, melaksanakan pekerjaan secara konsisten dan akurat, melayani pelanggan yang membutuhkan dengan cepat dan responsif. Tindakan dan penampilannya sopandan terpelajar, menampilkan kepercayaan dan keyakinan, menunjukkan perhatian yang tulus kepada setiap unsur yang membutuhkan pelayanannya.

Pada sebuah perguruan tinggi yang produknya (output) menghasilkan lulusan yang berkualitas misalnya terdapat kegiatan administrasi sebagai “proses” yang harus dilakukan oleh kelompok orang, baik sebagai tenaga pendidik maupun tenaga kependidikan pada perguruan tinggi tersebut, proses proses tersebut antara lain:

- a) Menentukan persyaratan dan jumlah mahasiswa yang akan diterima pada satu tahun ajaran tertentu;
- b) Penetapan mekanisme penerimaan dan pengumuman hasil tes (lewat internet atau mendaftar langsung atau diumumkan lewat surat kabar, dan sebagainya);
- c) Pembuatan soal tes masuk dan pelaksanaan tes penerimaan
- d) Pembayaran uang kuliah oleh mahasiswa yang diterima;
- e) Penyiapan bahan ajar oleh dosen;
- f) Pelaksanaan proses belajar mengajar termasuk ujian tengah semester, ujian akhir semester dan tugas-tugas lain;
- g) Pembuatan dan bimbingan laporan akhir, skripsi, tesis, dan disertasi;

- h) Ujian akhir atau ujian komprehensif, skripsi, tesis atau disertasi;
- i) Wisudha dan mahasiswa mendapat ijazah serta transkrip nilai akademik. Seluruh kegiatan diatas adalah sebuah proses yang dikerjakan oleh berbagai unit dalam perguruan tinggi tersebut.

Administrasi merupakan tolak ukur keberhasilan dalam pengelolaan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tugas dan tanggung jawab seorang administrator, kegiatan tenaga administrasi bisa berhasil apabila menjalankan fungsinya sebagai mana mestinya. Dalam konteks manajemen fungsi-fungsi tenaga administrasi secara umum meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Merencanakan kegiatan yang akan dilakukan
- b. Mengorganisasi potensi sumber daya sesuai tugas dan fungsi masing-masing
- c. Menggerakkan sumberdaya manusia
- d. Melakukan control atau pengawasan terhadap segala aktivitas yang dilakukan (Dr. Uhar Suharsafutra, M.Pd. 2013.h. 7).

Berdasarkan pendapat diatas bahwa tugas dan fungsi tenaga administrasi merencanakan kegiatan yang akan dilakukan, dengan perencanaan yang matang dapat mencapai hasil yang maksimal dan mampu mengontrol potensi sumber daya para pegawai sekaligus menggerakkan dan melakukan kontrol dan pengawasan dengan cara menertibkan administrasi berupa absen dan lain sebagainya yang berhubungan dengan pelayanan. Dengan demikian administrasi merupakan kegiatan manajemen.

Sejalan dengan itu, George A. Terry mengatkan bahwa kegiatan manajemen terdiri atas 4 (empat) fungsi pokok yaitu: Perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), Pelaksanaan (*actualling*), dan pengawasan (*controlling*). (George A. Terry. 2000.h. 17-18).

Dengan demikian fungsi administrasi jika dilihat dari konsep dan teori administrasi maka dapat ditegaskan bahwa proses pengelolaan itu pada prinsipnya dimulai dari proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawalan dan penilaian terhadap semua program kerja yang memerlukan pengaturan yang baik oleh para profesional untuk mengeliminasi pemborosan dan memaksimalkan tingkat pencapaian potensi sumber daya yang ada. (Erdiyanti, S.Ag. M.Pd. 2007.h. 27)

2.4 Hasil Penelitian Yang Relevan

Adapun beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

2.4.1 Muhammad Joko Triono, dalam penelitiannya tentang Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Administrasi Akademik Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 5 hal terpenting dalam melakukan pelayanan administrasi kepada pelanggan atau mahasiswa yaitu:

1. *Reliability* (kepercayaan atau kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat, memuaskan dan tepat waktu. Upaya yang terus dilakukan oleh tenaga administrasi akademik Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang dalam pelayanan yang maksimal adalah menepati janji kepada pelanggan atau mahasiswa dalam hal urusan administrasi mahasiswa. Tanggapan dan harapan mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang terkait Kecakapan atau kehandalan tenaga administrasi ini merupakan hal yang sangat penting.
2. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu respon atau kesigapan pegawai administrasi akademik dalam membantu mahasiswa dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Tingkat Harapan

Responden terhadap pegawai administrasi akademik Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang bertindak cepat dan tanggap dalam menyelesaikan setiap keluhan mahasiswa adalah rata-rata memberikan tanggapan dan harapan mereka adalah sangat penting dalam pelayanan daya tanggap yang baik.

3. *Assurance* (keyakinan) yaitu pengetahuan dan kesopanan pegawai administrasi akademik Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan.
4. *Emphaty* (perhatian) *Emphaty* (perhatian individu) adalah perhatian secara individual yang diberikan pegawai administrasi akademik Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang kepada Mahasiswa.
5. *Tangibles* (bukti langsung) adalah penampilan fasilitas fisik administrasi akademik Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang. Dalam hal ini yang langsung terlihat oleh mahasiswa adalah administrasi akademik dimana penataan fasilitas fisik harus dalam kondisibaik, warna yang menarik, nyaman, pengaturan udara yang sejuk dll.

Harapan dan tanggapan mahasiswa terkait penampilan fasilitas dan fisik administrasi Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang adalah rata-rata mahasiswa memberikan tanggapan mengenai hal tersebut adalah sangat penting dilakukan oleh Tenaga administrasi. Selain itu, penilaian mahasiswa terhadap administrasi

Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang terkait masalah penampilan fasilitas fisik adalah menunjukkan jawaban mereka adalah baik.

- 2.4.2 Azka Madihah, Dalam Penelitiannya tentang Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Pendidikan (Studi Kasus Program Studi Pasca Sarjana Kajian Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia) IPB Bogor. Dalam penelitian tersebut menggambarkan bahwa Berdasarkan analisis kesenjangan kenyataan-harapan mahasiswa, analisis tingkat kesesuaian kepuasan mahasiswa, dan uji beda terhadap kualitas pelayanan pendidikan Program Studi Pasca Sarjana Kajian Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia (PS KARS FKM UI) ditinjau dari lima dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman, kualitas terbaik pada dimensi *Reliability* dan terendah pada dimensi *Assurance*. Sementara atribut dimensi kualitas pelayanan yang memperoleh penilaian kepuasan mahasiswa tertinggi adalah pada atribut respon EDOM, sedangkan penilaian terendah pada atribut jaminan masa depan. Sebagian besar mahasiswa memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan Program Studi Pasca Sarjana Kajian Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia (PS KARS FKM UI), sehingga analisis

kesenjangan total antara harapan dan kenyataan bernilai positif untuk kepuasan mahasiswa.

Berdasarkan pemetaan melalui *Importance-Performance Analysis*, atribut kualitas pelayanan pendidikan di Program Studi Pasca Sarjana Kajian Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia (PS KARS FKM UI) menyebar merata di empat kuadran. Analisis bivariat dengan uji *Chi Square* tidak memperlihatkan hubungan bermakna antara karakteristik responden berkategori jenis kelamin, pekerjaan, 78 sumber dana SPP, dan *Socio-Economic Status* (SES) dengan penilaian kualitas pelayanan pendidikan Program Studi Pasca Sarjana Kajian Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia (PS KARS FKM UI).

2.4.3 Arifah Alfiani, dalam penelitiannya tentang Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Administrasi Akademik Di Subbag Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta. Menunjukkan bahwa Kepuasan Mahasiswa berdasarkan aspek *Tangibles* secara umum memiliki nilai sebesar 75%, akumulasi perolehan skor tertinggi diperoleh pada indikator penampilan petugas dan layanan komputer, adapun skor terendah dicapai pada indikator kesiapsiagaan petugas dan ketersediaan alur pelayanan. Masing-masing nilai sebesar 82% dan 67%. Kepuasan Mahasiswa berdasarkan aspek *Responsiveness* secara umum memiliki nilai sebesar 71%, akumulasi perolehan skor tertinggi diperoleh pada indikator ketanggapan petugas dengan menanyakan kebutuhan mahasiswa saat meminta layanan,

adapun skor terendah dicapai pada indikator sambutan petugas dengan senyuman saat pelayanan. Masing - masing nilai sebesar 79% dan 63%. Kepuasan Mahasiswa berdasarkan aspek *Realibility* secara umum memiliki nilai sebesar 70%, akumulasi perolehan skor tertinggi diperoleh pada indikator keadilan layanan, kejelasan informasi, dan kemudahan layanan adapun skor terendah dicapai pada indikator kecepatan penyelesaian layanan. Masing - masing nilai sebesar 73% dan 66%. Kepuasan Mahasiswa berdasarkan aspek *Empathy* secara umum memiliki nilai sebesar 72%, akumulasi perolehan skor tertinggi diperoleh pada indikator kemauan petugas untuk membantu dan menjelaskan pelayanan, adapun skor terendah dicapai pada indikator kesesuaian hasil dengan janji pelayanan. Masing - masing nilai sebesar 74% dan 68%. Kepuasan Mahasiswa berdasarkan aspek *Assurance* secara umum memiliki nilai sebesar 73%, akumulasi perolehan skor tertinggi diperoleh pada indikator tanggung jawab petugas terhadap penggantian jenis layanan, adapun skor terendah dicapai pada indikator pemenuhan layanan yang diminta saat itu juga kepada petugas. Masing - masing nilai sebesar 75% dan 70%.

- 2.4.4 Binti Nasukah, dalam penelitiannya tentang Analisis Kepuasan Mahasiswa Atas Kualitas Pelayanan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (Studi Kasus Di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Binti Nasukahia meneliti tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Islam

Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang secara keseluruhan dan mengambil beberapa responden sebagai sampel penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan ia menggunakan analisis Indek Kepuasan Mahasiswa (IKM) yang menggunakan alat pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI), alat ini digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Terhadap pelayanan Adminisi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dari hasil penelitian yang dilakukan, ia mengatkan kepuasan mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dari beberapa Fakultas yang ada, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa masuk dalam kategori baik, walaupun masih terdapat kekurangan di dalamnya, namun itu menjadi tugas buat Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dalam meningtkkan pelayanan kepada Mahasiswanya.

Dari beberapa hasil penelitian yang relevan diatas, maka terdapat perbedaan hasil penelitian yang akan diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini. Perbedaan pertama yaitu penelitian Mohammad Joko Tiyono dari hasil penelitian yang ia lakukan adalah mengenai penampilan pisik dari pelayanan administrasi Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang sehingga ia mengukur kepuasan mahasiswa terhadap layanan administrasi sedangkan peneliti akan menelusuri kinerja pegawai dalam melayani mahasiswa. Kedua, yaitu Azka Madihah yang meneliti tentang pelayanan pendidikan Program Studi Pasca Sarjana Kajian Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia

(PS KARS FKM UI). Sedangkan peneliti hanya meneliti di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari. Ketiga, Binti Nasukah yang meneliti tentang kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (Studi Kasus Di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang) sedangkan peneliti yang akan meneliti di administrasi akademik bagian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Adapun maka penelitian ini penting dilakukan untuk menelusuri dan menganalisis pengaruh pelayanan administrasi akademik terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari.

2.5 Kerangka Pikir

Layanan Administrasi akademik merupakan keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang ditentukan sebelumnya. Pada perkembangannya administrasi mempunyai pengertian sama dengan manajemen, mendorong pada produktivitas kerja, pemanfaatan SDM, dan sumber daya lain (uang, material, metode) secara terpadu, pencapaian pada tujuan melalui orang lain, dan fungsi eksekutif pemerintah. Berdasarkan pada unsur-unsur yang terdapat didalamnya maka administrasi dapat dikatakan sebagai salah satu fungsi dari organisasi/lembaga.

Setiap perguruan tinggi baik universitas, institut, sekolah tinggi, politeknik ataupun akademi mempunyai unsur pelaksana administrative. Satuan pelaksana administratif pada perguruan tinggi menyelenggarakan pelayanan teknis dan administratif yang meliputi administrasi akademik, administrasi keuangan, administrasi umum, administrasi kemahasiswaan, administrasi perencanaan dan sistem informasi. Kualitas pelayanan pelaksana administratif perguruan tinggi dapat dilihat dari beberapa segi. Penilaian dapat berasal dari segi wujud, keandalan, daya tanggap, kepastian, dan tingkat empati. Oleh karena itu perguruan tinggi selayaknya memberikan pelayanan yang baik agar mahasiswa yang menerima suatu pelayanan dari perguruan tinggi dapat merasakan kepuasan dari pelayanan perguruan tinggi tersebut.

Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanannya memiliki manfaat terhadap sebuah lembaga atau perguruan tinggi. Ukuran keberhasilan

penyelenggaraan pelayanan di tentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan penerima pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan.

Manfaat yang akan di terima oleh lembaga atau perguruan tinggi terhadap pelayanan yang baik yang diberikan kepada mahasiswa adalah akan memberikan manfaat berupa peningkatan jumlah mahasiswa ke lembaga atau institusi kita, karena mahasiswa akan bersedia menjual dan menceritakan isntitusi atau lembaga kita kepada calon mahasiswa terhadap pelyanan baik yang telah diberikan kepada mereka. Oleh karena itu, selayaknya perguruan tinggi sekarang ini harus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa melihat dewasa ini persaingan antar perguruan tinggi semakin meningkat.