**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

1. **Kepuasan Mahasiswa**
2. **Definisi Kepuasan Mahasiswa**

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono dan Anastasya mengatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.[[1]](#footnote-2) Menurut Biong, kepuasan adalah sebuah konsekuensi atau akibat atas pengalaman satu pihak terhadap kemampuan pihak lain untuk memenuhi norma-norma atau aturan-aturan dengan harapan-harapannya.[[2]](#footnote-3)

Banyak pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan pelanggan adalah mahasiswa sebagai pengguna jasa dalam sebuah lembaga pendidikan.

Pada dasarnya kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.[[3]](#footnote-4)

Menurut Vincent Gaspersz, pelanggan adalah semua orang yang menuntut lembaga untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, karena hal itu akan memberikan pengaruh pada kinerja atau performansi (*performance)* lembaga.[[4]](#footnote-5) Sedangkan Engel mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pengguna jasa sebuah lembaga, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*out come*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.[[5]](#footnote-6)

Assael menyebutkan bahwa “*A satisfied customer is your best sales person. Satisfied customer influence friends and relative to buy, dissatisfied customers inhibit sales*” (Seorang pelanggan yang puas merupakan penjual perorangan terbaik. Pelanggan yang puas akan mempengaruhi rekan-rekannya dan kecenderungan membeli, pelanggan yang tidak puas akan menghambat penjualan). Seiring dengan pendapat di atas, Kuswadi mengartikan kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap apa yang diberikan perusahaan. Maksudnya bahwa kepuasan mahasiswa akan tercipta apabila mahasiswa merasakan hasil pekerjaan sesuai dengan standar kebutuhan yang diinginkannya.[[6]](#footnote-7)

Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa, merupakan sikap mahasiswa setelah mengevaluasi kinerja yang dirasakan dengan harapan yang diinginkannya. Kepuasan merupakan fungsi dan persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, mahasiswa akan merasa tidak puas (*dissatisfied*), dan jika kinerja memenuhi harapan, maka mahasiswa akan merasa puas (*satisfaction*), sehingga kepuasan mahasiswa memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan (*need and want*) dengan apa yang diberikan (*given*).

Hasil kepuasan pelanggan disebut juga dengan mutu, karena mutu dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang memuaskan dan melampaui keinginan dan kebutuhan pelanggan. Mutu ini bisa disebut sebagai mutu yang hanya ada di mata orang yang melihatnya. Ini merupakan definisi yang sangat penting. Sebab, ada satu resiko yang sering sekali kita abaikan dari definisi ini, yaitu kenyataan bahwa para pelanggan adalah pihak yang membuat keputusan terhadap mutu, dan mereka melakukan penilaian tersebut dengan merujuk pada produk terbaik yang bisa bertahan dalam persaingan.

Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama, pelanggan diibaratkan seorang 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.[[7]](#footnote-8)

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. Peters menemukan kenyataan bahwa pelanggan akan selalu membayar lebih baik untuk mutu yang baik, tanpa menghiraukan tipe produknya. Selain itu, ia juga berpendapat bahwa karyawan menjadi jauh lebih berenergi ketika mereka memiliki kesempatan untuk memberikan layanan yang bermutu atau menghasilkan produk yang bermutu. Walaupun demikian, Peters selalu mengingatkan bahwa pelaku-pelaku pasar yang baru ikut bergabung juga akan membuat para pelanggan melakukan redefinisi terhadap mutu atau yang sama artinya dengan kepuasan pelanggan.[[8]](#footnote-9)

Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi mereka, kita sebagai lembaga yang memasok produk perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan.
2. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan pengalaman yang mereka dapatkan kepada teman-teman mereka.

Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang, maka pelangganlah yang menentukan mutu suatu produk. Ada beberapa unsur penting dalam mutu yang ditetapkan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1. Pelanggan harus merupakan prioritas utama organisasi
2. Pelanggan yang dapat diandalkan merupakan pelanggan yang paling penting
3. Kepuasan pelanggan dijamin dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi dan perbaikan terus-menerus
4. **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa**

Menurut Lupiyoadi, dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna jasa, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Pengguna akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

1. Kualitas layanan

Pengguna akan merasa puas bila mereka mendapatkan layanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

1. Emosional

Pengguna akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya jika menggunakan produk atau jasa tertentu. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk atau jasa, tetapi dari nilai sosial yang didapat.[[9]](#footnote-10)

1. **Strategi Mewujudkan Kepuasan 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. 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. *Strategi superior customer service*
2. *Strategi unconditional service guarantees atau extraordinary guarantees*. [[10]](#footnote-11)

Strategi superior customer service adalahadalah strategi pemasaran dengan cara menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing. Sedangkan Strategi unconditional service guarantees atau extraordinary guarantees adalah strategi yang berintikankomitmen perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja lembaga. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik dari pada sebelumnya.

Dalam sebuah lembaga penyedia barang atau jasa, pasti terdapat keluhan-keluhan tertentu yang dirasakan oleh pelanggan. Apabila hal itu terjadi, maka penyedia jasa harus menangani keluhan tersebut. Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas. Selain itu, manfaat lainnya antara lain sebagai berikut:

1. Penyedia jasa memperoleh kesempatan lagi untuk memperbaiki hubungan dengan pelanggan yang kecewa
2. Penyedia jasa bisa terhindar dari publistas negatif
3. Penyedia jasa akan mengetahui aspek-aspek yang perlu dibenahi dalam pelayanannya pada saat ini
4. Penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya
5. Pegawai dapat termotivasi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik

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 ditindaklanjuti agar di masa mendatang tidak timbul masalah yang sama.

Ketidakpuasan 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 3 aspek penting dalam penanganan keluhan, yaitu sebagai berikut:

1. Empati pada pelanggan yang marah
2. Kecepatan dalam penanganan keluhan
3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan[[11]](#footnote-12)

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa ada beberapa aspek penting dalam menangani keluhan pelanggan, yaitu sikap empati, kecepatan dalam penanganan keluhan serta kewajaran dalam memecahkan permasalahan.

1. **Indikator Kepuasan Mahasiswa**

Menurut Irawan, kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalamam baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Kepuasan akan terjadi kalau perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakannya setelah pemakaian.[[12]](#footnote-13)

Sedangkan menurut Kottler, yang menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Seorang pelanggan yang puas terhadap suatu produk, maka pelanggan tersebut akan membeli lagi, serta akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain. Dengan adanya kepuasan yang diperoleh pelanggan, maka pelanggan akan bersikap loyal kepada perusahaan dan produk yang dihasilkannya. Artinya pelanggan akan terus bersikap setia walaupun terdapat produk sejenis dari perusahaan lain.[[13]](#footnote-14)

Berdasarkan uraian-uraian di atas, jelaslah bahwa kepuasan dapat terjadi apabila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, atau dengan kata lain, mahasiswa merasa puas jika harapan-harapannya terpenuhi. Berdasarkan pendapat Kottler tersebut, dapat disimpulkan bahwa apabila layanan akademik pada sebuah perguruan tinggi dapat memuaskan, maka mahasiswa akan selalu merasa senang untuk mengunjungi tempat layanan, serta mengatakan hal-hal yang baik kepada orang lain dan dapat mempengaruhi calon mahasiswa yang akan masuk ke perguruan tinggi agar tidak memilih perguruan tinggi yang lain. Selain itu, mahasiswa yang merasa puas juga akan bersikap loyal, artinya selalu siap membantu ketika karyawan membutuhkan bantuannya.

1. **Deskripsi Mutu Layanan Administrasi Akademik**
2. **Definisi Mutu**

Definisi “mutu” sangat beraneka ragam dan mengandung banyak makna. Mutu merupakan sebuah kata yang harus diperhatikan dan dikerjakan sebaik-baiknya oleh para penyedia jasa. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “mutu” berarti “ukuran baik buruknya suatu benda”.[[14]](#footnote-15) Sehingga secara bahasa, mutu didefinisikan sebagai standar kelayakan suatu barang atau jasa untuk dikonsumsi oleh pelanggan.

Menurut Goetsch dan Davis dalam Fandy Tjiptono dan Anastasya Diana menjelaskan bahwa mutu merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Nasution, mutu adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*Full Customer Satisfaction*). Artinya bahwa suatu pelayanan akan berkualitas atau bermutu apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atas suatu pelayanan.[[15]](#footnote-16)

Meskipun tidak ada definisi mutu yang diterima secara universal, namun definisi mutu menurut para ahli di atas terdapat persamaan makna, yaitu:

1. Mutu meliputi usaha untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggan
2. Mutu mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
3. Mutu merupakan kondisi yang selalu berubah[[16]](#footnote-17)

Oleh karena itu, mutu merupakan sesuatu yang dicari dan diinginkan oleh para konsumen dalam proses penyediaan barang atau jasa, sehingga penyedia jasa dalam hal ini semua yang berhubungan dengan layanan akademik, khususnya administrasi dituntut untuk berupaya semaksimal mungkin dalam memberikan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan mahasiswa sebagai pengguna layanan administrasi akademik.

1. **Definisi Layanan**

Setiap lembaga yang bergerak di bidang jasa harus selalu memperhatikan layanan yang diberikan kepada pelanggan (*customer*), karena kesuksesan dari semua itu terletak pada proses layanannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata layanan berarti usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan.[[17]](#footnote-18)

Menurut Kottler, layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.[[18]](#footnote-19) Sedangkan menurut Zeithaml dkk, menjelaskan bahwa layanan adalah penyampaian secara superior (*excellent)* dibandingkan dengan harapan konsumen. Kemudian definisi layanan menurut Sugiarto adalah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas layanan dari sebuah perusahaan industri untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercapai kepuasan.[[19]](#footnote-20)

Di samping itu, menurut yang dikemukakan oleh Gronroos (dalam bukunya Ratminto dan Atik Septi Winarsih tentang manajemen pelayanan) mendefinisikan layanan 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-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.[[20]](#footnote-21)

Layanan merupakan bagian dari aktifitas yang berupa mekanis. Layanan pada dasarnya adalah orang yang memberikan atau mengurus apa yang diperlukan oleh orang lain baik berupa barang atau jasa kepada pengguna jasa yang membutuhkan suatu informasi.

Dari beberapa definisi di atas, terdapat kesamaan maksud dan tujuan yang diinginkan. Perbedaannya hanya terletak pada untaian literasi kata dalam mendefinisikan. Tetapi secara garis besar, dalam layanan terdapat ciri-ciri sebagai berikut:

1. Sesuatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan
2. Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik.
3. Layanan tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.
4. Terdapat komunikasi verbal dan nonverbal antara penyedia jasa dan pelanggan.

Dengan demikian, dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa layanan adalah serangkaian kegiatan yang ditawarkan oleh penyedia jasa kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya tanpa mengakibatkan peralihan kepemilikan.

1. **Definisi Mutu Layanan**

Dalam sebuah lembaga pendidikan, mutu layanan merupakan pilar utama dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa sebagai pengguna jasa. Oleh karena itu, dari layanan tersebut akan terbentuk upaya-upaya pemenuhan keinginan pengguna jasa (mahasiswa) demi tercapainya kepuasan yang akan dirasakan oleh pengguna jasa tersebut. Menurut Nasution, mutu layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.[[21]](#footnote-22)

Sedangkan menurut Sugiarto, mutu layanan dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan yang dilayani.[[22]](#footnote-23) Selain itu, Freddi Rangkuti mendefinisikan mutu layanan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan.[[23]](#footnote-24)

Dari beberapa pendapat di atas, jelaslah bahwa mutu layanan merupakan suatu bentuk kegiatan penyajian produk atau jasa yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

1. **Definisi Layanan Administrasi Akademik**
2. **Pengertian Administrasi**

Secara eksplisit, konsep administrasi pendidikan belumlah dapat dipahami secara komprehensif tanpa terlebih dahulu mengetahui tentang arti “administrasi” secara umum terlebih dahulu. Secara bahasa, “administrasi” berasal dari kata Latin “*ad*” dan “*ministro*”. *Ad* mempunyai arti “kepada” dan *ministro* mempunyai arti “melayani”. Secara harfiah, administrasi merupakan pelayanan atau pengabdian terhadap subjek tertentu, karena memang pada awalnya, administrasi merujuk kepada pekerjaan yang berkaitan dengan pengabdian atau pelayanan kepada raja atau menteri-menteri dalam tugas mengelola pemerintahannya.[[24]](#footnote-25)

Dalam buku karangan Sondang P. Siagian Filsafat Administrasi, mendefenisikan administrasi sebagai keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang ditentukan sebelumnya.[[25]](#footnote-26)

Ada beberapa hal yang terkandung dalam defenisi di atas. Pertama, administrasi sebagai seni adalah suatu proses yang diketahui hanya permulaannya sedang akhirnya tidak ada. Kedua, administrasi mempunyai unsur-unsur tertentu, yaitu adanya dua manusia atau lebih, adanya tujuan yang harus dilaksanakan, adanya peralatan dan perlengkapan untuk melaksanakan tugas-tugas itu. Sekarang ini, konsep administrasi telah mengalami perkembangan yang pesat sehingga administrasi mengalami perluasan konotasi.

Secara garis besar, administrasi mempunyai pengertian sama dengan manajemen. 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 efesien dengan memanfaatkan orang-orang dalam suatu pola kerjasama. Dan dalam administrasi sendiri ada beberapa unsur utama yang diperhatikan meliputi tujuan, SDM, sumber daya lain, dan waktu. Keempat unsur ini bila dilihat dari perspektif perilaku sosial dapat dikatakan sebagai organisasi. Dan dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah sub sistem dari organisasi itu sendiri dengan unsur-unsur tersebut.[[26]](#footnote-27)

Institusi pendidikan sendiri sebagai suatu bentuk organisasi pendidikan tidak lepas adanya proses administrasi di dalamnya. Meskipun secara umum memiliki ciri yang sama, namun pada aplikasinya memiliki sistem prosedural yang berbeda dengan sistem administrasi di organisasi yang lain.

1. **Pengertian Administrasi Akademik**

Untuk mendapatkan gambaran mengenai definisi administrasi pendidikan/akademik, berikut adalah beberapa deskripsi yang dikemukakan oleh para ahli:

1. Hadari Nawawi mengatakan bahwa administrasi akademik adalah rangkaian kegiatan atau keseluruhan proses pengendalian usaha kerjasama sejumlah orang untuk mencapai tujuan secara berencana dan sistematis yang diselenggarakan dalam lingkungan tertentu, terutama berupa lembaga pendidikan formal.[[27]](#footnote-28)
2. Engkoswara dalam Administrasi Pendidikan menyatakan bahwa administrasi pendidikan/akademik adalah ilmu yang mempelajari penataan sumber daya yaitu manusia, kurikulum atau sumber belajar secara optimal dan penciptaan suasana yang baik bagi manusia yang turut serta di dalam mencapai tujuan yang disepakati.[[28]](#footnote-29)
3. M. Ngalim Purwanto mengemukakan bahwa administrasi akademik ialah segenap proses pengerahan dan pengintegrasian segala sesuatu, baik personel, spiritual dan material, yang bersangkut paut dengan pencapaian tujuan akademik.[[29]](#footnote-30)
4. Kementerian Pendidikan Nasional mendefinisikan administrasi akademik sebagai suatu proses, kegiatan bersama dalam akademik yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, pengawasan, pembiayaan, dan pelaporan dengan menggunakan atau memanfaatkan fasilitas yang tersedia, baik personel, material, maupun spiritual untuk mencapai tujuan akademik secara efektif dan efisien.

Dari penjelasan-penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan sederhana bahwa layanan administrasi akademik adalah suatu proses layanan yang dilakukan oleh suatu lembaga tertentu dengan memanfaatkan fasilitas yang tersedia untuk mencapai tujuan akademik secara efektif dan efesien.

1. **Mutu Layanan Administrasi Akademik**

Layanan administrasi akademik adalah tindakan atau kegiatan administrasi yang dilakukan oleh pegawai akademik atau jurusan kepada mahasiswa untuk memberikan kemudahan pada pemenuhan kebutuhan mahasiswa dalam hal yang berkaitan dengan kegiatan administrasi akademik.[[30]](#footnote-31)

Keberhasilan fakultas sebagai unit kerja dalam perguruan tinggi sangat ditentukan oleh mutu layanan yang diberikan, dimana layanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan pengguna jasa, dalam hal ini adalah mahasiswa.

Citra mutu yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi konsumen (mahasiswa). Layanan akademik merupakan produk utama perguruan tinggi. Oleh karena itu, mutu layanan administrasi akademik yang sesuai dengan ekspektasi mahasiswa mampu meningkatkan kepuasan dan dapat menciptakan citra merek yang positif terhadap institusi atau lembaga.

1. **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mutu Layanan Administrasi Akademik**

Philip Kottler memberikan lima determinan mutu layanan yang dapat dirincikan sebagai berikut :

1. Penampilan (*Tangible*)

Penampilan fisik layanan (fasilitas fisik, peralatan), personel dan media komunikasi akan memberikan warna dalam layanan. Kelengkapan peralatan/teknologi yang digunakan dapat berpengaruh pada pandangan pelanggan atau kesiapan perusahaan atau lembaga dalam memberikan layanan.

1. Kepercayaan atau kehandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk melaksanakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan (tepat waktu, konsisten dan kecepatan layanan)

1. Daya tanggap (*Responsiveness)*

Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang baik. Ketanggapan ini dilihat dari sejauh mana pihak lembaga bersedia membantu pelanggan, termasuk disini adalah kemudahan bagi konsumen/pelanggan untuk berkomunikasi dengan perusahaan, meliputi:

1. Kesediaan menerima kritik, saran dan komentar yang bersifat pertanyaan maupun keluhan
2. Adanya sarana komunikasi yang tersedia dan memudahkan pelanggan mengetahui informasi tentang layanan yang disediakan perusahaan.
3. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan dan sikap (sopan, ramah, tanggap, bersahabat) dari karyawan atau staf administrasi serta kemampuan mereka untuk menanamkan kepercayaan dan keyakinan.

1. Kepedulian (*Empathy*)

Kepedulian dan perhatian perusahaan pada pelanggannya secara individu. Empati pada pelanggan, misalnya:

1. Tanggap terhadap permasalahan pelanggan berkaitan dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan
2. Menyediakan waktu untuk mendengarkan keluhan
3. Memperlakukan pelanggan yang komplain atas layanan dengan baik.[[31]](#footnote-32)

Dalam faktor-faktor layanan yang tersebut di atas bertujuan untuk memudahkan tahapan-tahapan layanan yang diberikan oleh petugas administrasi terhadap mahasiswa. Sehubungan dengan hal di atas, untuk menilai layanan publik yang berkualitas maka dapat digunakan kriteria- kriteria atau faktor-faktor antara lain:

1. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari layanan yang diberikan perusahaan.
2. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, layanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kemampuan karyawan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam mutu layanan.
4. *Assurance* (jaminan), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada layanan perusahaan yang memiliki:
5. *Communication* (komunikasi), yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti. Di samping itu perusahaan hendaknya dapat secara cepat dan tanggap dalam menyikapi keluhan dan komplain yang dilakukan oleh pelanggan.
6. *Credibility* (kredibilitas), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, *believability* atau sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
7. *Security* (keamanan), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan layanan yang diterima. Tentunya layanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal.
8. *Competence* (kompetensi) yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan layanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.
9. *Courtesy* (sopan santun), dalam layanan ada suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopansantunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
10. *Empathy* (kepedulian), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi mutu layanan administrasi akademik, yaitu penampilan fisik layanan, kepercayaan atau kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian terhadap mahasiswa yang dilayani.

1. **Mutu Layanan Dalam Perspektif Islam**

Islam mengajarkan kita apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang tidak berkualitas kepada orang lain. Allah memerintahkan kepada kita agar memberikan sesuatu yang baik-baik kepada orang lain, dalam hal ini yaitu layanan yang baik kepada setiap orang yang membutuhkan jasa layanan kita.

Memberikan layanan dengan baik, cepat dan tepat adalah salah satu dari bukti keprofesionalan pegawai dalam menjalankan tugasnya. Pemanfaatan waktu secara efisien adalah hal yang bersifat esensial. Oleh karena itu, islam menganjurkan setiap pegawai untuk bersikap profesional, yakni dapat bekerja dengan tepat dan cepat.

Setiap manusia hendaknya mengerjakan apa yang diamanatkan kepadanya secara sempurna, dengan senang hati dan penuh keikhlasan. Setiap manusia hendaknya tidak menyia-nyiakan amanat yang menjadi tanggungjawabnya dan dapat bekerja dengan keahlian yang baik, sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-Anfal/8 : 27 sebagai berikut.

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.[[32]](#footnote-33)

Menurut Ahmad Mustafa Al-Maraghi, kata “amanah” dalam Surat Al-Anfal ayat 27 tersebut berarti tiap-tiap hak materi ataupun maknawi yang wajib ditunaikan kepada yang berhak menerimanya.[[33]](#footnote-34) Dalam hal ini, yang berhak menerima layanan adalah mahasiswa. Oleh karena itu, berdasar pada ayat tersebut, pemberi layanan harus menunaikan amanah yang diembannya, yakni melayani mahasiswa yang membutuhkan layanannya.

Ketika penyedia jasa layanan akademik di IAIN Kendari bekerja memberikan layanan dengan keahliannya secara cepat dan tepat, maka pengguna jasa (mahasiswa) akan memperoleh kepuasan. Profesionalisme dan kompetensi terhadap sebuah pekerjaan adalah dua hal yang sangat berkaitan dan harus terus ditingkatkan oleh setiap orang.

Selain itu, bukti keprofesionalan pegawai dalam menjalankan tugasnya dapat pula ditunjukkan dengan bersikap lemah lembut terhadap pengguna barang atau jasa. Allah memerintahkan setiap manusia untuk berlaku lemah lembut sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Imron/3:159 sebagai berikut:

Artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.[[34]](#footnote-35)

Menurut M. Quraish Shihab dalam tafsir al Misbah, Fiman Allah dalam Surat Al-Imran: 159 yang artinya “maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka…” dapat menjadi salah satu bukti bahwa Allah Swt sendiri yang mendidik dan membentuk kepribadian nabi Muhammad Saw, sebagaimana sabda beliau, “Aku dididik oleh Tuhanku, maka sungguh baik hasil pendidikan-Nya”. Kepribadian beliau dibentuk sehingga bukan hanya pengetahuan yang Allah limpahkan kepada beliau melalui wahyu-wahyu Al-Qur’an, tetapi juga kalbu beliau disinari bahkan totalitas wujud beliau merupakan rahmat bagi seluruh alam.[[35]](#footnote-36)

Berdasarkan ayat di atas, jelaslah bahwa setiap manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada di sampingnya. Apalagi dalam proses pelayanan yang mana seorang mahasiswa membutuhkan layanan yang ramah, sopan serta lemah lembut dari penyedia jasa yang mana dalam hal ini berarti semua yang berhubungan dengan layanan akademik kampus.

1. **Penelitian yang Relevan**

Pokok masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa program studi Pendidikan Agama Islam (PAI) terhadap mutu layanan administrasi akademik di IAIN Kendari. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang mengkaji tentang kepuasan mahasiswa terhadap mutu layanan akademik di perguruan tinggi. Hasil penelitian tersebut antara lain:

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Joko Triono, Nim 073311020 mahasiswa Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2012 dengan judul skripsi “*Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Administrasi Akademik Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang*”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian Muhammad Joko Triono menjelaskan bahwa:

Tingkat kepuasan mahasiswa dalam pelayanan administrasi akademik Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang cukup memuaskan. Faktor yang menjadi priorotas utama yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa yaitu: ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan, serta pegawai administrasi akademik bertindak cepat dan tanggap dalam menyelesaikan setiap keluhan mahasiswa. Sedangkan faktor yang perlu dipertahankan yaitu: pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong, melakukan komunikasi yang efektif dengan mahasiswa, bertanggungjawab terhadap keamanan dan kenyamanan mahasiswa.[[36]](#footnote-37)

Berkenaan dengan permasalahan kepuasan mahasiswa dan layanan administrasi akademik, penelitian ini memiliki kesamaan, namun latar belakang, lokasi dan sasaran sasaran penelitian berbeda. Dengan demikian jelaslah penelitian yang berjudul *“Studi Kepuasan mahasiswa terhadap mutu layanan Administrasi akademik pada Program Studi Pendidikan Agam Islam (PAI) di IAIN Kendari”* secara keseluruhan tidak memiliki kesamaan dengan penelitian tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh saudara Muhammad Joko Triono dijadikan sebagai salah satu rujukan oleh penulis yang diperoleh melalui internet.

1. Fandy Tjiptono dan Anastasya Diana, *Total Quality Management* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 4 [↑](#footnote-ref-2)
2. I Nyoman Natajaya, *Jurnal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha: Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali* (Bali: Program Studi Administrasi Pendidikan, Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, 2013) [↑](#footnote-ref-3)
3. M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 48. [↑](#footnote-ref-4)
4. Vincent Gaspers, *Total Quality Management* (Jakarta: Gramedia, 2008), h. 33. [↑](#footnote-ref-5)
5. Rintar, *Jurnal Analisis Hubungan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lembaga Pendidikan Kejuruan* (Semarang: Jurusan Manajemen FE UNNES, 2011), h. 40 [↑](#footnote-ref-6)
6. Kuswadi, *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan* (Online), <http://adityazed.blogspot.com> (Diunduh pada tanggal 11 April 2015) [↑](#footnote-ref-7)
7. Mina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), h. 6. [↑](#footnote-ref-8)
8. *Ibid*., h. 7 [↑](#footnote-ref-9)
9. Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek* (Online) <http://pratidinalestiyani.wordpress.com> (Diunduh pada tanggal 10 April 2015) [↑](#footnote-ref-10)
10. Fandi Tjiptono, *Op. Cit*., h. 134 [↑](#footnote-ref-11)
11. M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa terpadu*: *Total Service Management* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 132 [↑](#footnote-ref-12)
12. Freddy Rangkuti, *Teknik mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan* (Online), <http://budong.blogspot.com> (Diunduh pada tanggal 12 April 2015) [↑](#footnote-ref-13)
13. Suwardi, Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan (Online), <http://www.polines.ac.id/ragam/index_files/jurnalragam/paper_7%20apr_2011.pdf> (Diunduh pada tanggal 16 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-14)
14. Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Balai Pustaka, 2007) h. 603 [↑](#footnote-ref-15)
15. Fandy Tjiptono dan Anastasya Diana, *loc. cit*. [↑](#footnote-ref-16)
16. *Ibid*., h.3 [↑](#footnote-ref-17)
17. Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *op. cit*., h. 646 [↑](#footnote-ref-18)
18. Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*: *Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Online), <http://skripsi-manajemen.blogspot.com> (Diunduh pada tanggal 11 April 2015) [↑](#footnote-ref-19)
19. Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Online) <http://backspacenter.blogspot.com> (Diunduh pada tanggal 11 April 2015) [↑](#footnote-ref-20)
20. Ratminto & Atik Septi Winarsih.*Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen’s Charter dan Standar Pelayanan Minimal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009) h. 2 [↑](#footnote-ref-21)
21. M. Nur Nasution, *op. cit*., h. 47. [↑](#footnote-ref-22)
22. Endar Sugiarto, *loc. cit*. [↑](#footnote-ref-23)
23. Freddy Rangkuti, *Teknik mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan* (Online), <http://budong.blogspot.com> (Diunduh pada tanggal 12 April 2015) [↑](#footnote-ref-24)
24. M. Daryanto, *Administrasi Pendidikan* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), h. 3 [↑](#footnote-ref-25)
25. Sondang P. Siagian, *Filsafat Administrasi* (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1995), h. 3 [↑](#footnote-ref-26)
26. Faried Ali, *Teori dan Konsep Administrasi: dari Pemikiran Paradigmatik Menuju Redefinisi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h. 24 [↑](#footnote-ref-27)
27. M. Daryanto, *op. cit*., h. 10. [↑](#footnote-ref-28)
28. *Ibid*., h. 11. [↑](#footnote-ref-29)
29. M. Ngalim Purwanto, *Administrasi Dan Supervisi Pendidikan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), h. 10. [↑](#footnote-ref-30)
30. Yohanes Suraja, *Upaya Memperbaiki Kualitas Layanan* (Online) <http://yohannes-suraja.blogspot.com/2012/02/upaya-manajemen-memperbaiki-kualitas.html> (Diunduh pada tanggal 1 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-31)
31. Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*: *Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Online), <http://skripsi-manajemen.blogspot.com> (Diunduh pada tanggal 11 April 2015) [↑](#footnote-ref-32)
32. Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya (Surabaya: Duta Ilmu, 2005), h. 243 [↑](#footnote-ref-33)
33. Ahmad Mustafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi* (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1994), h. 75 [↑](#footnote-ref-34)
34. Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya (Surabaya: Duta Ilmu, 2005), h. 90 [↑](#footnote-ref-35)
35. M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur’an* (Jakarta: PT. Lentera Hati, 2000), h. 242 [↑](#footnote-ref-36)
36. Muhammad Joko Triono, *Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Administrasi Akademik Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang* (Skripsi mahasiswa Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang: 2012) [↑](#footnote-ref-37)