

Analisis Kualitas Layanan Akademik Universitas Menggunakan Metode Service Quality dan Diagram Kano untuk Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa di UNISBA

Analysis quality of the University Academic Services Using Service Quality Methods and Kano Diagrams to Increase Student Satisfaction at UNISBA

¹Reva Azis Yudistira

¹Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: ¹revazi77@gmail.com

Abstract, The purpose of this study was to find out the university's academic services in Bandung Islamic University education services as well as measuring service at Bandung Islamic University by using service quality analysis and kano diagram. This type of research used in this study is descriptive quantitative and for research methods using descriptive case studies, namely focusing intensively on one particular object, by learning as a case. The population in this study were Bandung Islamic University students as consumers of Bandung Islamic University education services and had a sample of 388 people. Data collection techniques data collection used in this study were interviews with employees of Bandung Islamic University BPM, surveys and observations. The results of this study reveal that the services provided by Bandung Islamic University fall into the fairly good category, but in research using service quality analysis services provided by the Islamic University of Bandung have deficiencies in terms of academic services providing inappropriate services, academic services lacking in addressing responses given customers appropriately, academic services are less willing to provide services, academic services lack services with courtesy and courtesy and academic services lack the completeness used to carry out services. While the CS-Coefficient calculation shows the highest better value of 0.67 for the 4th service attribute, that is, academic services are always willing to provide services and worse scores of -0.69.

Keywords: Academic Services, Services, Service Quality and Kano Diagrams

Abstrak, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui layanan akademik universitas pada jasa pendidikan Universitas Islam Bandung serta mengukur pelayanan jasa di Universitas Islam Bandung dengan menggunakan metode *service quality analysis* dan *kano diagram*. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan untuk metode penelitian menggunakan deskriptif studi kasus yaitu memusatkan diri secara *intensive* terhadap satu objek tertentu, dengan cara mempelajari sebagai suatu kasus. Populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Islam Bandung selaku konsumen dari jasa pendidikan Universitas Islam Bandung dan memiliki sampel sebanyak 388 orang. Teknik pengumpulan data pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara dengan karyawan BPM Universitas Islam Bandung, survey dan observasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Universitas Islam Bandung termasuk kedalam kategori cukup baik, namun pada penelitian menggunakan *service quality analysis* pelayanan yang diberikan Universitas Islam Bandung memiliki kekurangan dalam hal Layanan akademik memberikan layanan kurang tepat, Layanan akademik kurang dalam mengatasi tanggapan yang diberikan pelanggan secara tepat, Layanan akademik kurang bersedia memberikan layanan, layanan akademik kurang memberikan layanan dengan sopan dan santun dan layanan akademik kurang mempunyai pelengkapan yang digunakan untuk menyelenggarakan pelayanan. Sementara hasil perhitungan *CS-Coefficient* menunjukkan nilai *better* yang paling tinggi sebesar 0,67 pada atribut layanan ke 4 yaitu Layanan akademik selalu bersedia memberikan layanan dan nilai *worse* sebesar -0,69.

Kata Kunci : Layanan Akademik, Layanan Jasa, Service Quality dan Kano Diagram

A. Pendahuluan

Perguruan tinggi merupakan salah satu lembaga penyelenggara pendidikan tinggi yang turut serta dalam mencerdaskan kehidupan

bangsa. Untuk itu perguruan tinggi mempunyai tanggung jawab bagi kemajuan suatu bangsa. Hal ini dikarenakan majunya suatu bangsa ditentukan oleh pendidikan, maka dari itu pendidikan dapat dikaitkan sebagai

fondasi bagi suatu negara. Perguruan tinggi diharapkan mampu mencetak lulusan-lulusan yang mempunyai daya saing baik di nasional maupun internasional. Untuk menghasilkan lulusan yang bermutu, berkualitas dan mempunyai daya saing perguruan tinggi sebagai institusi pendidikan harus mampu memberikan pelayanan akademik yang berkualitas dan baik. Layanan akademik yang dimaksud meliputi layanan dalam proses belajar, layanan dalam penggunaan fasilitas dan layanan administratif yang berhubungan dengan akademik, karena dengan diberikannya pelayanan yang baik mahasiswa diharapkan dapat menggunakan pelayanan yang baik tersebut untuk meningkatkan kualitas mahasiswa itu supaya menjadi lulusan yang mempunyai daya saing dan berkualitas.

Namun, banyak sekali keluhan yang sering dikeluarkan oleh mahasiswa terhadap kualitas pelayanan yang ada di universitas baik itu universitas negeri ataupun universitas swasta yang dapat mengganggu kegiatan belajar, buruknya fasilitas yang ada dan buruknya pelayanan yang dilakukan oleh karyawan sehingga mahasiswa tidak memiliki kepuasan terhadap pelayanan yang dilakukan universitas sebagai lembaga pendidikan dan ini akan menurunkan kualitas dari mahasiswa tersebut.

Setiap perguruan tinggi perlu memperhatikan kepuasan mahasiswa terhadap layanan pendidikan karena hal ini dapat meningkatkan kualitas mahasiswa tersebut. Khususnya universitas islam bandung (UNISBA) sebagai salah satu perguruan tinggi islam yang terkemuka dan memiliki akreditasi universitas A sangat perlu memperhatikan pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada mahasiswa, supaya mahasiswa tersebut dapat terinspirasi untuk menggunakan

fasilitas dan pelayanan yang baik unruk meningkatkan kualitas mahasiswa tersebut.

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa masih adanya keluhan dari mahasiswa universitas islam bandung maka dapat diketahui identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengendalian kualitas jasa pendidikan yang di terapkan di Universitas Islam Bandung?
2. Bagaimana pengendalian kualitas jasa pendidikan dengan menggunakan metode *service quality* dan diagram kano untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas Islam Bandung?

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengendalian kualitas jasa pendidikan yang di terapkan di UNISBA.
2. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengendalian kualitas jasa pendidikan dengan menggunakan metode *service quality* dan diagram kano untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas Islam Bandung.

B. Landasan Teori

Servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Pengukuran kualitas jasa dalam model servqual didasarkan pada skala *multi-item* yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, (Landrum, 2009).

Menurut (Heizer Dan Render, 2009) dimensi dari *service quality* ada

10 yaitu terdiri dari: keandalan, Daya Tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, Komunikasi, kredibilitas, wujud, Keamanan dan memahami kebutuhan pelanggan.

Model kano dikembangkan oleh Noriaki Kano (Kano dalam toni wijaya, 2011). Model kano adalah model yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Atribut-atribut layanan dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, pada kategori *must be* atau *basic needs*, pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi. Dalam kategori *one dimensional* atau *performance needs*, tingkat kepuasan berhubungan linear dengan kinerja atribut, sehingga pada kinerja atribut yang tinggi akan mengakibatkan tingginya kepuasan pelanggan pula. Sedangkan kategori *attractive* atau *excitement needs*, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan. Semua kategori telah dialihkan kedalam bahasa inggris menggunakan berbagai nama yang berbeda, akan tetapi semua mengacu kepada artikel asli yang ditulis oleh Dr. Kano. Kano model menitikberatkan pada penurunan *featur* produk yang difokuskan pada kebutuhan pelanggan. Kano juga menghasilkan metodologi untuk memetakan respon pelanggan pada kuesioner. Atribut-atribut layanan dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu:

1. *Must be* atau *basic needs*, pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi.
2. *One dimensional* atau *performance needs*, tingkat kepuasan berhubungan linear dengan kinerja atribut, sehingga pada kinerja atribut yang tinggi akan mengakibatkan tingginya kepuasan pelanggan pula.
3. *Atractive* atau *excitement needs*, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan. Pengolahan data ini bertujuan agar data mentah yang diperoleh bisa dianalisa dan kemudian memudahkan dalam mengambil kesimpulan atau menjawab permasalahan yang sedang dialami sehingga dapat melakukan perbaikan kualitas.
4. *Indifferent*, Pelanggan tidak peduli dengan adanya atribut yang ditawarkan sehingga ada atau tidaknya atribut tersebut tidak akan berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan tingkat kepuasan pelanggan.
5. *Questionable*, responden mengindikasikan suka pada saat produk dan jasa *fungsiional* dan *disfungsiional*. biasanya dalam kuesioner kano responden akan memilih pernyataan suka untuk kategori *fungsiional* dan *disfungsiional*. Namun bisa juga responden mengindikasikan tidak suka pada saat produk *fungsiional* dan *disfungsiional* dan biasanya dipilih pernyataan keberatan untuk kedua kategori tersebut.
6. *Reversal*, kebalikan dari *one-dimensional*, konsumen merasa puas jika produk dan jasa *disfungsiional* dan menjadi tidak puas pada saat produk *fungsiional*. Hal ini dikarenakan ada beberapa penambahan

variabel yang justru tidak dikehendaki oleh konsumen.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Gap Score Atribut Layanan Universitas Islam Bandung

No atribut layanan	Gap score	kualitas
1	-0,25	lemah
2	0,12	Kuat
3	-0,14	lemah
4	0,02	Kuat
5	0,08	Kuat
6	-0,10	Lemah
7	0,11	Kuat
8	0,02	Kuat
9	-0,01	Lemah
10	0,24	Kuat
11	0,01	Kuat
12	0,12	Kuat
13	-0,02	Lemah
14	0,04	Kuat
15	0,18	Kuat
16	-0,10	Lemah
17	0,11	Kuat
18	0,02	Kuat
19	0,11	Kuat
20	0,10	Kuat

Dengan demikian atribut layanan yang perlu diperbaiki oleh

pihak universitas adalah atribut layanan yang memiliki kategori yang lemah yang hasil tersebut didapatkan berdasarkan perhitungan dari *service quality analysis*. Berdasarkan data yang sudah ada, maka didapatkan sebanyak 6 atribut layanan yang lemah dan perlu diperbaiki dan diperhatikan oleh pihak Universitas Islam Bandung. Atribut-atribut layanan tersebut adalah:

1. Layanan akademik UNISBA dalam hal ketepatan dalam memberikan layanan.
2. Layanan akademik UNISBA dalam hal mengatasi tanggapan yang diberikan pelanggan secara tepat
3. Layanan akademik UNISBA dalam hal memberikan layanan.
4. layanan akademik UNISBA dalam hal memberikan layanan dengan sopan dan santun.
5. layanan akademik UNISBA dalam hal memiliki kepribadian dalam melakukan layanan.
6. layanan akademik UNISBA dalam hal kelengkapan alat-alat untuk menyelenggarakan pelayanan.

Tabel 2. Hasil Analisis Atribut Layanan Menggunakan Kano Diagram Perhitungan Better

atribut	Kategori	Better
1	M	0,44
2	M	0,57
3	M	0,52
4	O	0,67
5	O	0,66
6	O	0,66
7	A	0,58
8	A	0,54

atribut	Kategori	Better
9	M	0,56
10	M	0,50
11	M	0,43
12	O	0,64
13	M	0,55
14	M	0,55
15	O	0,64
16	M	0,51
17	M	0,44
18	M	0,56
19	A	0,58
20	A	0,55

Tabel 3. Hasil Analisis Atribut Layanan Menggunakan Kano Diagram Perhitungan Worse

atribut	Kategori	worse
1	M	-0,69
2	M	-0,65
3	M	-0,60
4	O	-0,69
5	O	-0,65
6	O	-0,63
7	A	-0,53
8	A	-0,62
9	M	-0,63
10	M	-0,58
11	M	-0,69
12	O	-0,66
13	M	-0,56

atribut	Kategori	worse
14	M	-0,56
15	O	-0,63
16	M	-0,58
17	M	-0,69
18	M	-0,63
19	A	-0,52
20	A	-0,51

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Universitas Islam Bandung, maka dapat disimpulkan:

1. Kualitas layanan jasa pendidikan yang dilakukan Universitas Islam Bandung dengan menggunakan metode *Service Quality Analysis* berada pada kontinum cukup baik. Hal tersebut menunjukkan seluruh jawaban dari responden banyak yang memilih cukup baik untuk setiap atribut layanan. Dengan menggunakan metode *service quality analysis* didapatkan bahwa ada 14 atribut layanan akademik yang kuat atau memiliki hasil nilai *gap score* yang positif dan ada 6 atribut layanan yang lemah atau memiliki hasil nilai *gap score* yang negatif dan perlu diperbaiki dan diperhatikan oleh pihak Universitas Islam Bandung. Atribut-atribut layanan yang harus diperbaiki tersebut adalah Layanan akademik di UNISBA selalu tepat dalam memberikan layanan, Layanan akademik di UNISBA dapat mengatasi tanggapan yang diberikan pelanggan secara tepat, Layanan akademik di UNISBA selalu bersedia memberikan layanan,

layanan akademik di UNISBA memberikan layanan dengan sopan dan santun, layanan akademik di UNISBA memiliki karakteristik pribadi dalam melakukan layanan dan layanan akademik di UNISBA mempunyai pelengkapan yang digunakan untuk menyelenggarakan pelayanan.

2. Dengan menggunakan metode *kano diagram* masing-masing dari kategori memiliki nilai *better* dan nilai *worse* yang berbeda-beda pada setiap atribut layanan. Berikut ini adalah atribut yang memiliki pengaruh tertinggi terhadap kepuasan dan ketidakpuasan pada masing-masing kategori dilihat dari nilai *better* dan nilai *worse* yang tertinggi. Hasil perhitungan koefisien kepuasan konsumen atau *CS-Coefficient* menunjukkan bahwa nilai *better* yang paling berpengaruh pada kepuasan konsumen pada setiap kategori tersebut adalah A (*attractive*), M (*must be*), O (*one-dimensional*), I (*Indifferent*), Q (*Questionable*) dan R (*Reversal*) yang menunjukkan nilai *better* paling tinggi pada kategori A (*attractive*) adalah atribut 7 dan 19 yaitu layanan akademik di UNISBA memiliki layanan yang mudah untuk diakses dan layanan akademik di UNISBA mampu mengenali setiap kebutuhan pelanggannya. Kategori M (*must be*) adalah atribut 2 yaitu Layanan akademik di UNISBA selalu menyimpan catatan atau dokumentasi dengan benar. Dan kategori O (*one-dimensional*) adalah atribut 4 yaitu Layanan akademik di UNISBA selalu bersedia memberikan layanan.

Untuk atribut layanan yang berpengaruh terhadap ketidakpuasan adalah kategori yang menunjukkan nilai *worse* yang paling tinggi. pada kategori A (*attractive*) adalah atribut 8 yaitu layanan akademik di UNISBA memiliki waktu tunggu pelayanan yang tidak lama. Kategori M (*must be*) adalah atribut 1,11 dan 17 yaitu Layanan akademik di UNISBA selalu tepat dalam memberikan layanan, layanan akademik di UNISBA dapat meyakinkan pelanggan bahwa masalahnya dapat diselesaikan dan layanan akademik di UNISBA memiliki keamanan yang sangat terjaga. Dan kategori O (*one-dimensional*) adalah atribut 4 yaitu Layanan akademik di UNISBA selalu bersedia memberikan layanan.

E. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dibahas sebelumnya maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Beberapa saran untuk perbaikan kualitas jasa pendidikan di Universitas Islam Bandung pada atribut layanan akademik ini layanan tersebut memiliki nilai *gap score* yang negatif yang artinya atribut tersebut perlu diperbaiki layanannya yang pertama yang harus diperbaiki adalah atribut dimana layanan akademik harus lebih tepat dalam melakukan pelayanan terhadap mahasiswa selaku konsumen, Layanan akademik harus ditingkatkan lagi kemampuan untuk dapat mengatasi tanggapan atau keluhan yang diberikan oleh mahasiswa, Layanan akademik

harus selalu bersedia untuk memberikan layanan kepada mahasiswa, layanan akademik selalu memberikan pelayanan yang sopan dan santun kepada mahasiswa, layanan akademik harus memperhatikan yang dibutuhkan mahasiswa dan layanan akademik harus mempunyai pelengkapan untuk digunakan dalam menyelenggarakan pelayanan.

2. Untuk atribut layanan akademik yang masuk kedalam kategori *must be*, Universitas Islam Bandung harus dapat memenuhi atribut layanan yang termasuk dalam kategori *must be* tersebut supaya tidak menimbulkan ketidakpuasan akibat tidak adanya atau rendahnya atribut ini karena konsumen akan merasa tidak puas jika atribut tersebut tidak ada atau atribut tersebut memiliki kualitas yang rendah. Setelah kategori *must be* terpenuhi maka dilakukan perbaikan pada atribut layanan akademik yang termasuk dalam kategori *one-dimensional* agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meningkatnya kinerja pada atribut ini maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Selanjutnya melakukan pengembangan dan meningkatkan terhadap atribut layanan akademik yang termasuk dalam kategori *attractive* supaya atribut layanan yang ditawarkan akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

- Akdon dan Riduwan, 2007. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: alfabeta
- Arikunto S, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi revisi VI. PT RINEKA CIPTA, Jakarta
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: lembaga penerbit fakultas ekonomi Indonesia.
- Bakhtiar, A, Aries, S., dan Fildariani, M. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual dan Model Kano. *Jurnal Teknik Industri* 5(2): 77-84.
- Gasperz, Vincent. 2002. ISO 9001:2000 and contunial Quality Improvement. PT GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA. Jakarta
- Gasperz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. PT GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA. Jakarta
- Handoko T.Hani.2015.*MANAJEMEN EDISI 2*.BPFE-YOGYAKARTA , Yogyakarta.
- Hardiansyah, 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogjakart: Gava Media
- Heizer, e. Al. 2017. *Operation Management 12th ed.*
- Herjanto, E. 2007. *Manajemen operasi* edisi 3. Grasindo
- Koonts,Harold .1995. *MANAJEMEN JILID 1*. Erlangga Jl Kramat IV No11. Jakarta.
- Landrum, H, Prybutok, V, Zhang, X dan Peak, D. 2009. Measuring IS System Service Quality with ServquaL: Users' Perceptions of Relative Importance of the Five SERVPERF Dimensions. *Journal International of Emerging Transdiscipline* 1(5): 17-35
- Marcel, Davidson. 2003. *Service Quality In Concept And Theory*. Published by American press. USA
- Mustaniroh S, Lestari E, dan Sari E.

2010. Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual (Service Quality) (Studi Kasus Pada “WAROENG X” Cab. Soekarno Hatta-Malang). *Jurnal Teknologi Pertanian* 11(6):152-161.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L. L., 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*, Vol. 49: 41.
- Pawitra, Teresia, Rosita Mitha, Eka Irawati. 2007. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dengan memperhatikan aspek Kano Model. *Proceeding seminar Nasional*, Vol 2. hal 291-298.
- Prof. Dr. Usman, Husaini. 2012. *Manajemen : teori, praktik dan riset pendidikan*. Jakarta: bumi aksara
- Russel dan taylor. 2009. *Operation Management (Quality And Competitiveness In A Global Environment)*. Sixth edision.
- Rochaety, Ety et al. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*. Mitra Wacana Media: Jakarta
- Stevenson J, William. 2009. *Management Operation: prantice hall*. UK
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widjoyo, I. O., Rumambi, L. J., dan Kunto, Y. S., 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald’s Basuki Rahmat di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1(1): 1-12
- Widodo, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surakarta: UNS Press.