

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi era globalisasi, pendidikan merupakan sebuah hal mutlak bagi seseorang agar memiliki daya saing yang tinggi. Tanpa memiliki pendidikan yang memadai, seorang anak akan sulit menghadapi persaingan tenaga kerja yang makin kompetitif. Pendidikan adalah salah satu kebutuhan dasar kehidupan manusia yang akan menentukan kualitas hidup manusia. Walaupun bukan satu-satunya faktor yang menentukan, tidak dapat dipungkiri bahwa ilmu pengetahuan merupakan kunci sukses hidup seseorang dan ilmu pengetahuan diraih melalui pendidikan. Pendidikan juga diyakini berperan penting dalam upaya pengentasan kemiskinan, baik miskin ilmu, mental, fisik maupun materi.

Berbagai program pun diselenggarakan untuk memenuhi hak pendidikan ini, misalnya dengan diadakan program sekolah gratis untuk sekolah negeri, program BOS (Bantuan Operasional Sekolah) bagi sekolah-sekolah di Indonesia, pendidikan wajib 12 tahun. Hal ini dilakukan untuk membantu biaya pendidikan bagi siswa kurang mampu dan meringankan bagi siswa yang lain, agar mereka memperoleh layanan pendidikan dasar yang lebih bermutu sampai tamat dalam rangka penuntasan wajib belajar 12 tahun.

Dalam UU RI No. 20 pasal 1 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional dinyatakan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif dapat mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Philip H. Coombs mengklasifikasikan pendidikan ke dalam tiga bagian yaitu pendidikan informal seperti di dalam keluarga, tetangga, pekerjaan, hiburan, pasar, atau di dalam pergaulan sehari-hari. Pendidikan nonformal diantaranya adalah semua bentuk pendidikan yang diselenggarakan dengan sengaja, tertib, terarah, dan berencana di luar kegiatan sekolah formal. Sedangkan pendidikan formal memiliki tingkat pendidikan yaitu mulai dari TK, SD, SMP, SMA dan perguruan tinggi.

Kegiatan penyelenggaraan pendidikan formal mulai dari tingkat dasar sampai dengan perguruan tinggi pada dasarnya adalah kegiatan atau industri jasa, yaitu memberikan layanan jasa pendidikan kepada murid / siswa sebagai *customers*. Menurut Kotler (2000) dalam jurnal *Service Quality Satisfaction* dalam Layanan Pendidikan: Kajian Teoretis Yahya Sudarya tahun 2007, mendefinisikan jasa sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Di dalam kegiatan layanan (*service*) terdapat dua posisi yang berbeda yaitu yang memberikan layanan dan yang diberi layanan. Sedangkan substansi layanannya adalah dalam bidang pendidikan. Terdapat hubungan timbal balik antara dua posisi tersebut yang pada saatnya akan berpengaruh terhadap hasil, dalam hal ini hasil pendidikan. Diasumsikan apabila layanan diselenggarakan secara berkualitas maka dapat diharapkan hasilnya akan berkualitas.

Hubungan timbal balik yang terjadi antara yang memberikan layanan dan yang dilayani pada hakikatnya saling membutuhkan. Kondisi saling membutuhkan seharusnya menjadi nilai (*value*) yang dimiliki dan dipahami bersama untuk mengokohkan tujuan yang ingin dicapai. Nilai saling membutuhkan yang didasari oleh saling memahami akan berkembang kepada saling mengetahui kebutuhan masing – masing pihak. Keduanya memiliki kepentingan dan kebutuhan yang berbeda, tidak mustahil dapat menimbulkan benturan kepentingan, untuk itu perlukan nilai yang disepakati bersama sehingga seluruh kepentingan dapat diakomodasi secara optimal.

Penyelenggaraan pendidikan mulai dari tingkat dasar sampai dengan perguruan tinggi, selayaknya mencermati kualitas layanan yang diberikan kepada siswa dan atau *stakeholdersnya*. Kegiatan pendidikan, tidak hanya diorientasikan kepada hasil akhir proses pendidikan dengan melahirkan sejumlah lulusan, melainkan juga fokus perhatian harus mulai diarahkan kepada kualitas layanan dalam pelaksanaan proses belajar mengajar. Kualitas layanan pendidikan perlu diperhatikan karena akan berpengaruh terhadap hasil pendidikan, selain itu juga

layanan jasa pendidikan yang baik juga menjadi aspek persaingan antar lembaga penyelenggara pendidikan untuk mendapatkan siswa baru. Diyakini, kualitas layanan akan berpengaruh terhadap animo masyarakat / siswa baru.

Dalam mengevaluasi kualitas layanan jasa menurut V.A. Zeithaml (2006: 117), terdiri dari 5 dimensi besar yaitu : *Reliability* meliputi kemampuan untuk memperlihatkan unjuk kerja yang sesuai dengan janji secara akurat dan handal; *Responsiveness* meliputi kemauan untuk membantu siswa dan menghadirkan layanan yang siap siaga ; *Assurance* meliputi pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan dalam menimbulkan rasa percaya dan kepercayaan diri (*trust and confidence*) pada siswa; *Empathy* meliputi perhatian yang bersifat personal; dan dimensi terakhir *Tangibles* adalah aspek-aspek layanan yang dihadirkan secara fisik, misalnya fasilitas, perlengkapan, guru (kerapihan dan kepantasan penampilan guru), serta material komunikasi.

Kualitas layanan jasa yang diberikan suatu lembaga tentunya akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah evaluasi konsumen terhadap suatu produk atau jasa, yaitu sejauh mana produk atau jasa yang diterima konsumen memiliki kecocokan antara harapan dan kenyataannya (V. A Zeithaml, 2006), oleh karena itu kepuasan konsumen sangat penting untuk meningkatkan kualitas jasa sekolah. Dalam pendidikan terutama sekolah, konsumen utama adalah siswa karena siswa menerima langsung layanan jasa yang di terima oleh sekolah.

Penelitian ini diawali dengan studi pendahuluan di salah satu SMA swasta di Cimahi. Studi pendahuluan dilakukan dengan cara wawancara terhadap 30 siswa SMA “X” di Cimahi. Wawancara meliputi 5 dimensi kualitas jasa yakni *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles*. SMA”X” di Cimahi dipilih karena permintaan dari kepala sekolah. Menurut kepala sekolah, sekolah belum pernah melakukan evaluasi kepuasan siswa terhadap kualitas layanan jasa sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dari kelima dimensi kualitas jasa, dalam dimensi *realibility* mengenai janji-janji yang diberikan sekolah, 100% siswa mengatakan sesuai dengan apa yang di promosikan di awal, sedangkan untuk visi sekolah 67% siswa mengatakan sesuai misalnya siswa dapat mengikuti lomba akuntansi, lomba futsal, desain batik untuk seragam sekolah, mendaur ulang sampah, duta bahasa, bulan bahasa, dan apresiasi seni. Sedangkan sebanyak 33% siswa lainnya mengatakan tidak sesuai dengan visi sekolah karena guru yang galak membuat siswa takut untuk aktif.

Dalam dimensi *responsiveness* mengenai respon staff/ guru terhadap keinginan siswa, 92% siswa mengatakan staff/ guru merespon keinginan siswa namun tidak merespon secara positif, misalnya tidak menyetujui acara PENSI, acara Valentine, acara PORAK, membuat suasana yang berbeda dalam belajar dengan membuat game atau dengan cara presentasi di kelas jadi dalam penyampaian materi tidak satu arah saja, untuk diadakan ekstrakurikuler teater. Siswa yang lain mengatakan merespon secara positif untuk acara baksos.

Sedangkan respon staff/ guru terhadap pertanyaan, 100% siswa mengatakan direspon tetapi penjelasan guru tersebut masih belum dipahami oleh siswa dan terkadang guru tidak suka ketika siswa bertanya. Respon staff/ guru terhadap keluhan siswa, dari 58% siswa mengatakan tidak direspon, seperti dalam hal pintu kamar mandi yang rusak, papan tulis, penghapus, lampu, kursi, kipas angin, dan foto presiden yang rusak. Sedangkan sebanyak 42% siswa yang lain mengatakan direspon dalam hal untuk air kamar mandi yang bau. Terakhir respon staff/ guru terhadap masalah pribadi siswa, 67% siswa mengatakan merespon dengan mendengarkan dan memberikan solusi. Sedangkan sebanyak 33% siswa lainnya mengatakan tidak direspon dikarenakan guru tersebut sibuk dan tidak dekat dengan siswa.

Dalam dimensi *assurance* mengenai pengetahuan guru dalam mengajar, 100% siswa mengatakan guru memiliki pengetahuan yang luas, setiap pertanyaan siswa dapat dijawab oleh guru, namun dalam penyampaian materi sulit dipahami oleh siswa. Sedangkan untuk kesopanan guru di sekolah, 93 % siswa mengatakan sopan, namun 7 % siswa mengatakan guru tidak sopan karena menggunakan kata-kata kasar saat berbicara.

Dalam dimensi *empathy* mengenai perhatian guru terhadap siswa, 58% siswa mengatakan guru memberikan perhatian, misalnya saat siswa bercerita tentang masalah pribadi guru mendengarkan dan memberikan solusi, apabila ada siswa yang sakit guru akan membawa siswa ke UKS, apabila ada siswa yang tidak memahami materi guru akan menghampiri dan memberikan penjelasan

kepada siswa. Sedangkan sebanyak 42 % guru tidak memberikan perhatian dan membeda-bedakan saat bersikap terhadap siswa.

Dalam dimensi terakhir *tangibles* mengenai fasilitas sekolah, 92% siswa mengeluh misalnya pintu kamar mandi yang rusak, lapangan olahraga yang kecil, tidak ada kipas angin, buku-buku perpustakaan yang kurang banyak dan sudah tua, dan komputer untuk mengerjakan tugas di perpustakaan kurang banyak. Sebanyak 8% siswa yang lain mengatakan sudah cukup dengan fasilitas yang diberikan sekolah. Sedangkan perlengkapan yang diberikan sekolah, 100% siswa mengeluh misalnya papan tulis yang rusak, tidak ada penghapus papan tulis, meja kelas yang rusak, kursi yang rusak, lampu yang rusak, tidak ada tirai di dalam kelas, dan tidak ada *speaker* untuk presentasi di kelas. Berikutnya untuk kerapian dan kepantasan dalam penampilan guru di sekolah, 93% siswa mengatakan sopan untuk pakaian, dan rambut dipotong rapih, namun 7 % siswa mengatakan guru yang tidak sopan karena sering berpakaian yang ketat, dan rambut yang dibiarkan tergerai sedangkan peraturannya rambut harus diikat rapih.

Hal ini berbeda dengan pandangan sekolah. Berdasarkan hasil wawancara peneliti, kepala sekolah di SMA “X” di Cimahi berpendapat sejauh tidak ada keluhan terhadap layanan jasa sekolah. Hal ini dikarenakan sekolah yang selalu mementingkan kualitas daripada kuantitas. Sesuai dengan visi sekolah yaitu menjadikan pembelajar yang aktif, kreatif, dan inovatif dengan dijiwai kasih Allah dan misi sekolah yaitu membina pembelajar yang religius; mengembangkan pribadi yang berdaya juang tinggi, bertanggung jawab dan berwawasan global;

melaksanakan proses pembelajaran berkualitas dalam suasana kondusif; menyediakan fasilitas belajar yang mendukung proses pembelajaran sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dan berwawasan lingkungan; memberikan pelayanan secara professional kepada peserta didik; membina hubungan baik dengan siswa dan masyarakat sekitar. Oleh karena itu, sekolah tidak mengejar target untuk jumlah siswa tetapi mengedepankan perbaikan-perbaikan untuk mengoptimalkan pelayanan dan dibuktikan dengan pembangunan gedung sekolah yang baru. Akan tetapi sekolah juga ingin mengetahui penilaian terhadap pelayanan jasa yang sekolah telah berikan, karena itu penelitian sekolah dibuat.

Berdasarkan hal di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan siswa SMA “X” di Cimahi.

1.2 Identifikasi Masalah

Bagaimana tingkat kepuasan siswa terhadap kualitas pelayanan jasa pendidikan pada SMA “X” di Cimahi.

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat kepuasan siswa terhadap kualitas pelayanan jasa pendidikan di SMA “X” di Cimahi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Untuk memperoleh gambaran dimensi reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles mengenai tingkat kepuasan siswa terhadap kualitas pelayanan jasa pendidikan pada SMA “X” di Cimahi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

- Sebagai tambahan informasi pada ilmu Psikologi, khususnya Psikologi Industri dan Organisasi tentang kepuasan siswa terhadap kualitas pelayanan jasa pendidikan di SMA “X” di Cimahi, juga memberikan informasi kepada peneliti lain yang membutuhkan referensi untuk melanjutkan penelitian mengenai kepuasan konsumen, secara khusus terhadap kepuasan siswa pada bidang layanan jasa pendidikan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- Untuk memberikan gambaran kepada pihak SMA “X” di Cimahi, yakni kepala sekolah SMA “X” di Cimahi beserta staff dan guru SMA “X” di Cimahi mengenai kepuasan siswa sebagai umpan balik untuk membantu SMA “X” di Cimahi meningkatkan kinerjanya dalam memberikan layanan jasa kepada siswa.

1.5 Kerangka Pikir

Setiap orang memiliki kebutuhan, baik terhadap barang atau produk maupun terhadap jasa. Misalnya kebutuhan terhadap makanan, minuman, demikian juga terhadap jasa pendidikan. Setiap orang membutuhkan pendidikan karena pendidikan merupakan proses “pendewasaan” manusia. Hal ini menjadi kebutuhan siswa untuk dapat pendidikan yang terbaik. Pendidikan tersebut diperoleh melalui jalur pendidikan formal yaitu TK, SD, SMP, SMA dan perguruan tinggi.

SMA “X” Cimahi merupakan salah satu jasa di bidang pendidikan. SMA “X” Cimahi ingin mengembangkan usahanya agar memiliki daya saing yang memadai untuk menghadapi kompetitor di bidang yang sama yaitu pendidikan. Sejalan dengan tujuan tersebut, kepuasan siswa menjadi hal yang sangat penting bagi SMA “X” Cimahi. Kepuasan siswa ini sangat terkait dengan kualitas pelayanan jasa yang diselenggarakan oleh SMA “X” Cimahi.

Siswa merupakan *stakeholder*/ pengguna layanan jasa sekolah. Sebagai konsumen, siswa memiliki harapan-harapan yang ingin dipenuhi sehingga menimbulkan rasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh lembaga atau yayasan sekolah tersebut. Rasa puas itu sendiri dapat diketahui melalui ungkapan-ungkapan kepuasan apabila harapan atau kebutuhan tertentu tercapai atau ungkapan-ungkapan kekecewaan apabila harapan atau kebutuhan itu tidak tercapai.

Kepuasan konsumen adalah evaluasi konsumen terhadap produk ataupun layanan jasa, dalam hal apakah produk/ layanan jasa tersebut sudah sesuai dengan harapan konsumen (*customer expectations*) dan bisa memenuhi kebutuhan mereka. Bila penyedia jasa gagal memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan merasa tidak puas. (Zeithaml, 2006)

Sebelum siswa menerima layanan jasa yang diberikan, mereka memiliki harapan (*Expected Service*) berupa keyakinan mengenai pelayanan jasa yang akan mereka terima (Zeithaml, 2006). Dalam hal ini, siswa SMA "X" di Cimahi mengharapkan bahwa mereka mendapatkan layanan sesuai dengan apa yang mereka bayar, misalnya mendapatkan ruangan kelas yang nyaman, mendapatkan fasilitas yang disediakan sekolah, maupun harapan untuk mendapat layanan yang hangat, empatik, dan personal dari SMA "X" di Cimahi. Oleh karena sasaran SMA "X" di Cimahi adalah untuk meningkatkan daya saingnya di hadapan kompetitor, sudah seharusnya pelayanan yang diberikan memenuhi ekspektasi dan keyakinan siswa akan apa yang seharusnya mereka terima.

Apabila kinerja staff/ guru dibawah harapan, maka siswa akan sangat kecewa. Bila kinerja staff/ guru sesuai harapan, maka siswa akan merasa puas. Sedangkan bila kinerja staff/ guru melebihi harapan, siswa akan sangat puas. Tingkat kepuasan siswa merupakan kesenjangan yang terjadi antara *expected service* dan *perceived service* yang dirasakan oleh siswa terhadap pelayanan sekolah.

Menurut Zeithaml (2006), *expected service* merupakan keyakinan seseorang mengenai pelayanan jasa, yang menjadi dasar/ titik acuan konsumen terhadap kinerja pelayanan jasa yang dinilai, sedangkan *perceived service* merupakan kualitas layanan jasa dan seberapa puasny konsumen terhadap layanan yang mereka dapat. Hal ini dapat diukur melalui 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*.

Dimensi pertama, yakni *reliability*, berkenaan dengan kemampuan SMA “X” di Cimahi dalam menunjukkan unjuk kerja yang andal dan akurat sesuai dengan janji, termasuk janji-janji promosional lewat iklan di media tertentu (media elektronik dan media cetak), dan pendampingan LDK OSIS SMP mengenai fasilitas yang diberikan. Dalam hal ini, SMA “X” di Cimahi mencantumkan dalam brosur promosional, bahwa mereka menyediakan ruangan belajar dengan kondisi yang baru untuk mengoptimalkan kegiatan pembelajaran, laboratorium fisika, kimia, biologi dan komputer tersedia secara terpisah dapat digunakan secara maksimal, membekali siswa dengan program Prakerin (magang), Uji Kompetensi B.Inggris, Akuntansi dan Komputer, membantu pembentukan karakter siswa, seperti *character building*, pramuka, LDK, retreat, dan lain-lain, selain itu program ekstrakurikuler yang beragam dan guru akan memberikan pelayanan yang terbaik kepada siswa. Bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka siswa merasa tidak puas, bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected*

service) maka siswa akan merasa puas, dan apabila perogram tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa melebihi harapan (*expected service*) siswa maka siswa akan merasa sangat puas.

Dimensi kedua, *responsiveness*, berkenaan dengan kemauan dan kesigapan staff/ guru SMA “X” di Cimahi dalam membantu siswa. Dimensi ini menekankan perhatian serta kesiapan SMA “X” di Cimahi dalam menghadapi keinginan, pertanyaan, keluhan, serta masalah siswa. Misalnya guru mau melayani pertanyaan siswa mengenai pelajaran yang tidak mengerti di luar jam pelajaran atau staff administrasi merespon pertanyaan siswa mengenai pembayaran sekolah. Bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka siswa merasa tidak puas, bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka siswa akan merasa puas, dan apabila perogram tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa melebihi harapan (*expected service*) siswa maka siswa akan merasa sangat puas.

Dimensi ketiga, *assurance*, berkaitan dengan kemampuan serta pengetahuan staff/ guru SMA “X” di Cimahi dalam memberikan keyakinan (dan juga rasa aman dalam menggunakan layanan) kepada siswanya. Misalnya guru yang memahami materi yang diajarkan, ketika siswa bertanya guru dapat menjelaskan, hal ini akan menambah keyakinan (dan rasa aman) siswa dalam belajar di SMA “X” di Cimahi. Bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*)

maka siswa merasa tidak puas, bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka siswa akan merasa puas, dan apabila perogram tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa melebihi harapan (*expected service*) siswa maka siswa akan merasa sangat puas.

Dimensi keempat, yakni *empathy*, dimana SMA “X” di Cimahi lewat staff/ guru, berusaha untuk peduli dengan memberi perhatian yang bersifat personal terhadap kebutuhan siswa. Misalnya guru SMA “X” di Cimahi memberikan ijin kepada siswa yang sakit untuk tidak mengikuti pelajaran dan membawa siswa yang sakit ke UKS. Bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka siswa merasa tidak puas, bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka siswa akan merasa puas, dan apabila perogram tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa melebihi harapan (*expected service*) siswa maka siswa akan merasa sangat puas.

Dimensi terakhir, yakni *tangibles* adalah sarana-sarana yang secara fisik dihadirkan SMA “X” di Cimahi untuk melayani siswa, misalnya fasilitas dan perlengkapan kelas, ruang kelas yang nyaman, lapangan olahraga, ruang laboratorium (fisika, kimia, biologi dan komputer), perpustakaan, kantin sekolah, kamar mandi maupun penampilan guru SMA “X” di Cimahi. Dimensi ini seringkali tergabung dalam dimensi lain dari kualitas layanan jasa (misalnya,

dalam menghadirkan *tangibles* berupa sarana tertentu, diperlukan *reliability* dalam artian sarana yang dijanjikan dalam media promosional memang benar-benar ada). Bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka siswa merasa tidak puas, bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka siswa akan merasa puas, dan apabila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh siswa melebihi harapan (*expected service*) siswa maka siswa akan merasa sangat puas.

Selain terdapat lima (5) dimensi kualitas pelayanan jasa, terdapat faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan siswa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan SMA “X” di Cimahi (*perceived service*). Persepsi siswa (*perceived service*) terhadap layanan yang diberikan SMA “X” di Cimahi juga ditentukan dua faktor, yakni *service encounters* dan *evidence of service*. Dalam hal *service encounters*, yang menjadi inti dari impresi siswa terhadap layanan adalah penilaian siswa terhadap interaksi-interaksi yang terjadi antara dirinya dengan SMA “X” di Cimahi selaku penyedia layanan jasa. Misalnya dari awal siswa mendaftar untuk sekolah, saat proses belajar mengajar, dan sampai siswa lulus dari SMA “X” di Cimahi mendapatkan pelayanan yang baik, maka siswa akan merasa puas, begitu juga sebaliknya.

Faktor kedua, *evidence of service*, memiliki tiga elemen. Pertama, *process*, dimana siswa melihat proses layanan jasa yang terjadi dan berkaitan dengan dirinya, misalnya seberapa cepat proses yang terjadi dalam menangani

keluhan siswa (mulai dari mendengarkan keluhan, memberitahukan keluhan kepada bagian yang bersangkutan, hingga memperbaiki layanan sesuai dengan keinginan siswa). Siswa akan menilai dalam seberapa cepat proses keluhan terselesaikan. Kedua, *people* (orang-perorangan) adalah bagaimana siswa melihat sikap guru dalam melayani, mendengarkan keluhannya, memahami kebutuhan siswa, serta membantu/ tidaknya guru tersebut menurut siswa. Misalnya guru mau membantu siswa yang mengalami kesulitan dalam belajar, maka hal tersebut sesuai dengan harapan siswa (*expected service*) sehingga siswa merasa puas.

Elemen ketiga, adalah bukti fisik dari layanan jasa yang dilihat dan dirasakan siswa, misalnya sekolah menyediakan fasilitas sekolah, perlengkapan sekolah dan proses belajar mengajar dengan baik. Maka hal tersebut sesuai dengan harapan siswa (*expected service*) sehingga siswa merasa puas.

Selain *perceived service*, terdapat juga *expected service* yaitu harapan dari konsumen. Menurut Zeithaml (2006), *expected service* dipengaruhi oleh 10 faktor, yaitu *personal needs*, *personal service philosophy*, *temporary service intensifiers*, *perceived service alternatives*, *self-perceived service role*, *predicted service*, *explicit service promises*, *implicit service promises*, *word of mouth*, dan *past experience*.

Personal needs (kebutuhan pribadi), masing-masing siswa SMA "X" di Cimahi memiliki kebutuhan pribadi yang berbeda-beda, tergantung dari peka-tidaknya siswa, bagaimana siswa menuntut untuk dilayani, dan tinggi-rendahnya harapan yang dimiliki siswa terhadap aspek layanan jasa. Misalnya siswa yang

menginginkan fasilitas fisik yang lengkap, oleh karena itu siswa berharap (*Expected Service*) SMA “X” di Cimahi dapat menyediakan fasilitas fisik yang lengkap untuk mendukung proses belajar mengajar yang nyaman maka siswa pun merasa puas.

Faktor kedua adalah *personal service philosophy* (filosofi pribadi konsumen akan bagaimana seharusnya pelayanan jasa diberikan), dimana siswa SMA “X” di Cimahi memiliki pemikiran subjektif mengenai bagaimana seharusnya pelayanan jasa yang diberikan oleh SMA “X” di Cimahi. Misalnya siswa yang memiliki pemikiran subyektif ingin sekolah mengedepankan sarana fisik, oleh karena itu siswa berharap (*Expected Service*) SMA “X” di Cimahi dapat mengedepankan sarana fisik.

Faktor ketiga *temporary service intensifiers* (kondisi yang menyebabkan peningkatan kebutuhan akan layanan secara temporer / sementara), misalnya siswa yang memilih SMA “X” di Cimahi karena dekat dengan rumah sehingga tidak membutuhkan ongkos yang banyak, siswa mengharapkan level layanan yang setidaknya layak bagi mereka dan membuat siswa merasa puas. Faktor keempat adalah *perceived service alternatives* (alternatif penyedia layanan jasa yang serupa), karena siswa SMA “X” di Cimahi memiliki belasan alternatif sekolah lain di daerah Cimahi, maka level harapan mereka akan kualitas layanan yang adekuat semakin tinggi, karena mereka memiliki pilihan lain untuk memenuhi kebutuhan fasilitas dan ekstrakurikuler, sehingga apabila harapan siswa mengenai pelayanan yang sesuai dengan informasi yang didapat mengenai

kualitas pelayanan SMA “X” di Cimahi terpenuhi (*perceived service*), maka siswa merasa puas.

Faktor kelima, *self perceived role* (peran siswa dalam penyediaan layanan jasa) dimana siswa SMA “X” di Cimahi memiliki peran dalam ‘produksi’ jasa yang disediakan untuknya. Peran siswa yang dibahas disini adalah penyampaian kebutuhan secara spesifik kepada staff dan guru, sehingga staff dan guru mampu menyediakan pelayanan yang individual dan optimal. Misalnya dalam menyatakan keinginan khususnya mengenai bagaimana siswa ingin dilayani oleh staff dan guru di sekolah. Semakin detail dan spesifik keinginan seorang siswa untuk dilayani maka siswa merasa puas.

Faktor keenam adalah *predicted service*, yakni keyakinan serta prediksi konsumen mengenai level layanan yang mereka peroleh. Misalnya siswa SMA “X” di Cimahi mengharapkan bahwa mereka memperoleh pendidikan yang berkualitas, lalu siswa menerima (*perceived service*) sesuai dengan harapan (*expected service*) mereka maka siswa merasa puas.

Faktor ketujuh *explicit service promises* adalah janji yang diberikan oleh penyedia jasa secara eksplisit. Janji-janji promosional tersebut merupakan faktor yang cukup penting dalam membangun harapan siswa, yang kemudian akan dibandingkan dengan pelayanan yang benar-benar didapatkan. Dalam hal ini, SMA “X” di Cimahi telah menyertakan berbagai sarana serta pelayanan yang akan didapat siswa melalui brosur promosional maupun media (baik cetak maupun elektronik), dan pendampingan LDK OSIS SMP. Misalnya calon siswa

dalam promosi akan mendapatkan ruangan belajar dengan kondisi yang sangat baru, siswa berharap (*expected service*) bahwa mereka mendapatkannya. Jika sesuai dengan kenyataan (*perceive service*) maka siswa merasa puas. Dari faktor ini, calon siswa memiliki perkiraan akan apa yang didapatkan jika calon siswa sekolah di SMA “X” di Cimahi.

Faktor kedelapan adalah *implicit service promises* (perkiraan konsumen mengenai apa yang akan mereka dapat dari penyedia jasa, biasanya berdasarkan biaya yang dikeluarkan serta fasilitas yang ada). Misalnya siswa SMA “X” di Cimahi membayar biaya sekolah dengan jumlah uang tertentu, dan mengharapkan jumlah yang mereka bayarkan akan sesuai dengan fasilitas sekolah serta pelayanan yang mereka dapatkan maka siswa merasa puas.

Faktor kesembilan adalah *word of mouth communications* (testimoni teman, kolega, keluarga, maupun media massa terhadap kualitas layanan yang diberikan penyedia jasa), dimana calon siswa mendengar mengenai kualitas layanan SMA “X” di Cimahi lewat sumber terdekatnya, juga media massa. Lewat testimoni sumber-sumber tersebut, calon siswa dapat memperkirakan mengenai bagaimana kualitas layanan jasa yang diberikan SMA “X” di Cimahi. Misalnya calon siswa mendapat informasi yang positif, maka akan menimbulkan keinginan siswa untuk sekolah SMA “X” di Cimahi dengan harapan dapat memperoleh pengalaman yang sama dengan orang yang telah memberikan informasi positif tersebut (*expected service*).

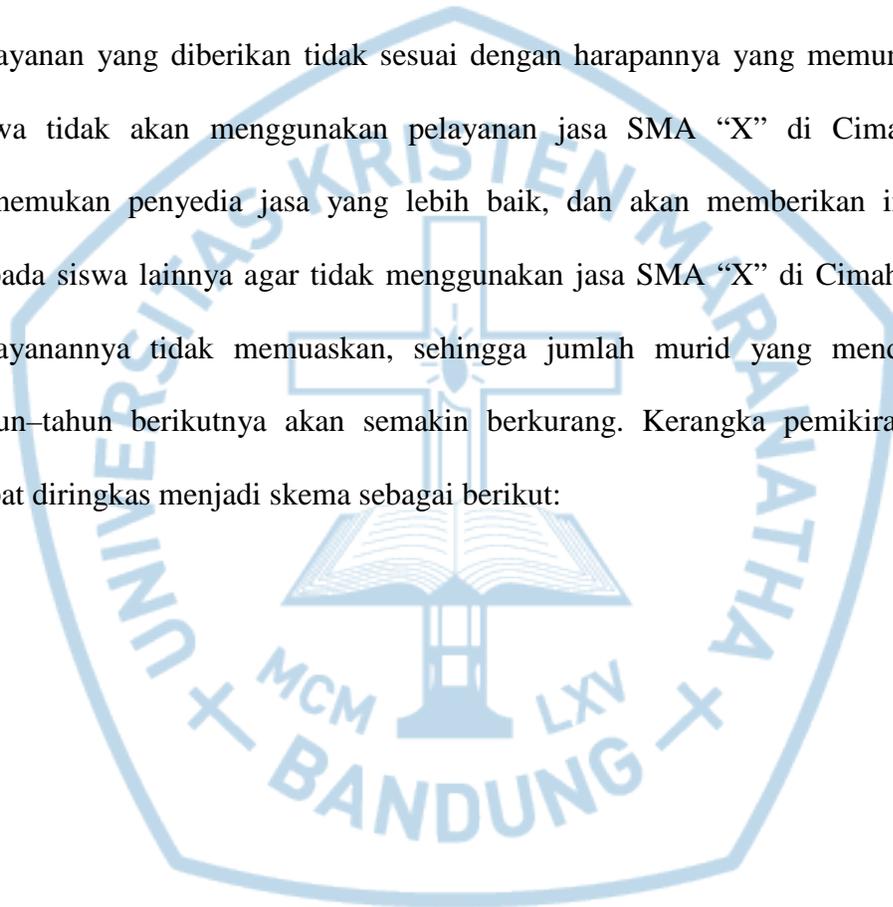
Terakhir adalah *past experience*, dimana kakak/ saudara/ teman calon siswa/ siswa SMA “X” di Cimahi yang sudah pernah menggunakan jasa SMA “X” di Cimahi, dan mengharapkan tingkat layanan yang siswa terima setara atau bahkan lebih tinggi dibanding layanan yang pernah kakak/ saudara/ teman terima ketika sekolah sebelumnya.

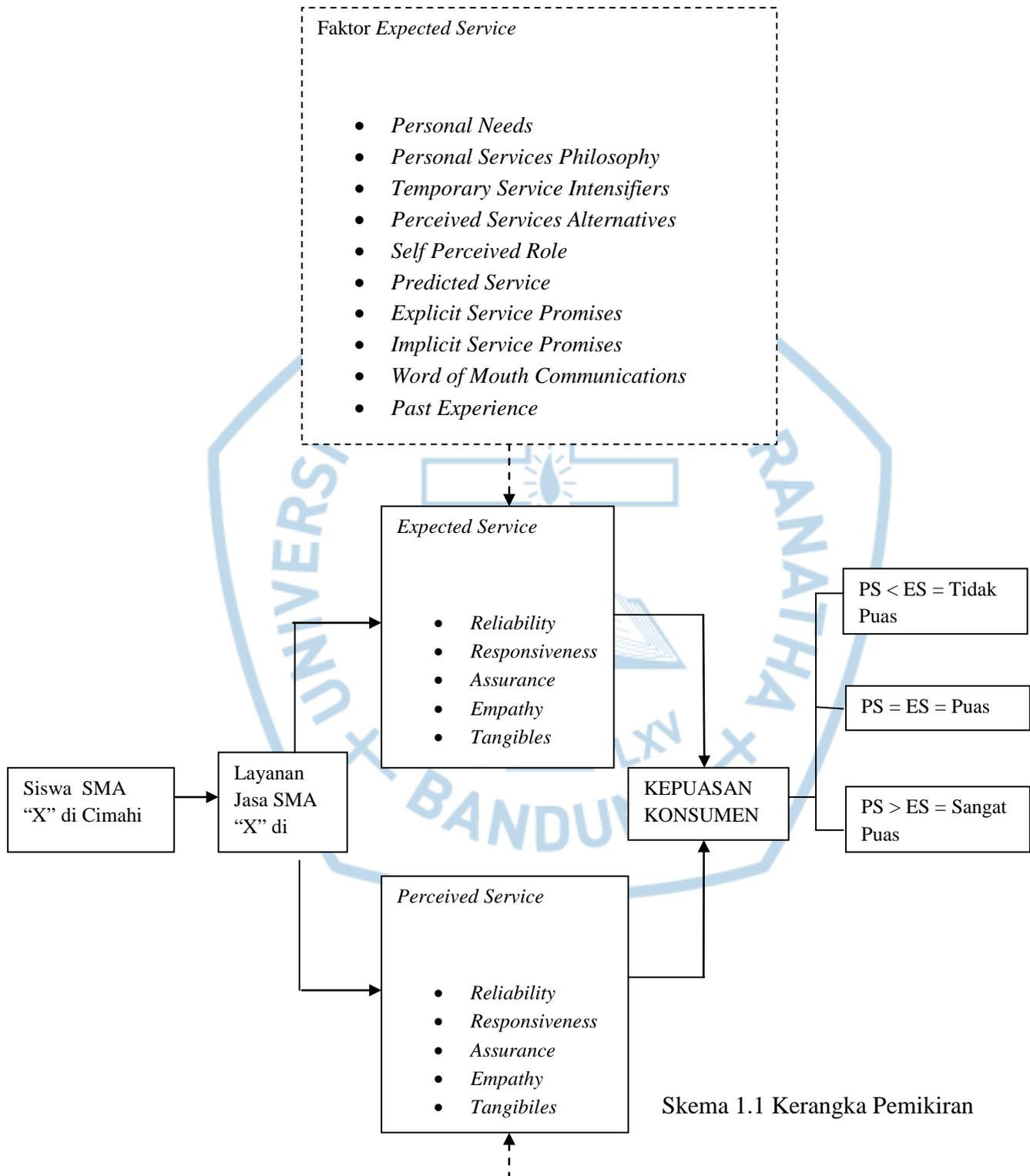
Faktor – faktor yang telah dijabarkan di atas tidak memperlihatkan kecenderungan keterkaitan terhadap kepuasan siswa terhadap kualitas layanan jasa di SMA “X” Cimahi. Dari faktor–faktor maka diketahui bahwa siswa memiliki harapan (*expected service*) untuk menerima jasa pelayanan pendidikan yang baik SMA “X” di Cimahi (*perceived service*). Jika pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) lebih tinggi atau lebih rendah dari pada yang diharapkan (*expected service*) maka menimbulkan kesenjangan (*gap*). Jika siswa merasa kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMA “X” di Cimahi dapat melebihi dari yang diharapkan, maka akan muncul perasaan sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh SMA “X” di Cimahi (*perceived service > expected service*). Perasaan sangat puas tersebut membuat siswa menceritakan kepada orang lain sehingga membuat orang lain tertarik untuk menggunakan jasa dari SMA “X” di Cimahi.

Jika pelayanan yang diterima siswa sesuai dengan apa yang diharapkan (*perceived service = expected service*), akan muncul perasaan puas, karena kebutuhannya terpenuhi. Kondisi ini belum tentu membuat siswa akan menggunakan pelayanan jasa SMA “X” di Cimahi, melainkan hanya sebagai

alternatif apabila tidak menemukan penyedia jasa yang lain, yang dianggap memberi pelayanan jasa lebih memuaskan dari SMA “X” di Cimahi.

Perasaan tidak puas terjadi apabila siswa mengharapkan kualitas pelayanan yang tinggi, namun tidak dapat dipenuhi oleh pihak SMA “X” di Cimahi (*perceived service < expected service*). Siswa akan merasa kecewa karena pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapannya yang memungkinkan siswa tidak akan menggunakan pelayanan jasa SMA “X” di Cimahi. Jika menemukan penyedia jasa yang lebih baik, dan akan memberikan informasi kepada siswa lainnya agar tidak menggunakan jasa SMA “X” di Cimahi karena pelayanannya tidak memuaskan, sehingga jumlah murid yang mendaftar di tahun-tahun berikutnya akan semakin berkurang. Kerangka pemikiran diatas dapat diringkas menjadi skema sebagai berikut:





Skema 1.1 Kerangka Pemikiran

Faktor *Perceived Service*

- *Service Encounters*
- *Evidence of Service*

1.6 Asumsi

Berdasarkan uraian di atas, didapatkan asumsi yaitu :

- Kepuasan konsumen sekolah SMA “X” di Cimahi adalah perbandingan antara pelayanan yang diterima (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*) terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMA “X” di Cimahi.
- Pelayanan yang diterima (*perceived service*) siswa di sekolah SMA “X” di Cimahi dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu: *service encounters* dan *evidence of service*.
- Pelayanan yang diharapkan (*expected service*) siswa di sekolah SMA “X” di Cimahi dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu: *personal needs, personal services philosophy, temporary service intensifiers, perceived service alternative, self-perceived role, situational factor, predicted service, explicit service promises, implicit service promise, word of mouth communication, past experience*.
- Siswa akan merasa tidak puas jika pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) lebih rendah atau tidak sesuai dengan pelayanan yang diharapkan (*expected service*) artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMA “X”

di Cimahi dinilai kurang baik (tidak memuaskan) dan kebutuhan siswa kurang terpenuhi.

- Siswa akan merasa puas jika pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) sesuai dengan pelayanan yang diharapkan (*expected service*) artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMA “X” di Cimahi dipersepsikan netral dan memuaskan sehingga kebutuhan siswa cukup terpenuhi.
- Siswa akan merasa sangat puas jika pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) melebihi pelayanan yang diharapkan (*expected service*) artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMA “X” di Cimahi dipersepsikan ideal dan memuaskan sehingga kebutuhan siswa sangat terpenuhi.

