BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan semakin bertambahnya universitas-universitas baik negeri ataupun swasta di Indonesia khususnya di Bandung, menyebabkan persaingan mereka semakin ketat terutama dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Pemerintah pun menyadari akan pentingnya pendidikan, ini tampak dengan diwajibkan salah satu program pemerintah yaitu wajib belajar 9 (sembilan) tahun untuk warga negara Indonesia (Sukandi, 2010). Kualitas jasa pelayanan lembaga pendidikan yang diterima mahasiswa merupakan perasaan psikologis mahasiswa setelah mahasiswa tersebut menerima jasa pelayanan. Jika jasa pelayanan dirasa berkualitas, maka akan memunculkan rasa puas (Subanidja, 2006).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut Band (1991) dalam Musanto (2004). Menurut Tjiptono (2005) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha

harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi iklan. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpukan bahwa kepuasan pelanggan adalah titik dimana kenyataan lebih tinggi atau seimbang dengan keinginan dan harapan konsumen (Supranto, 2011). Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Kepuasan pelanggan salah satunya ditentukan oleh kualitas produk (barang dan jasa). Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006) kualitas pelayanan jasa dapat dilihat dari lima dimensi yaitu: bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk dan kualitas layanan yang dikehendaki pelanggan sehingga jaminan dari kualitas yang diberikan menjadi prioritas bagi perusahaan (Hidayat, 2009).

Beberapa penelitian menyatakan, kepuasan pelanggan sering ditentukan oleh kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks jasa, beberapa kepuasan pelanggan digambarkan berdasarkan kualitas jasa (Bitner, 1990 dalam Kaihatu, 2008). Penelitian yang dilakukan oleh Nazamudin (2009), Dewi (2007), Istianto (2011), Resihono (2011), Natalisa (2007), Anggraeni (2012) dan Utama (2010) yang dikutip dari Sutrayoga dan Pramudana (2013) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap

(*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini kepuasan konsumen sangat penting, terbukti hingga saat ini jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang aktif ada sebanyak kurang lebih 3.000 orang mahasiswa dengan jumlah lulusan sebanyak lebih dari 3.000 orang yang tersebar dalam berbagai sektor industri dan profesi baik berasal dari program studi Akutansi atau Manajemen (http://fe.maranatha.edu, diakses pada tanggal 15 Januari 2015). Dengan banyaknya mahasiswa, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha ingin memberikan kepuasan kepada setiap mahasiswanya berupa fasilitas, tenaga pengajar dan tenaga pekerja (tata usaha).

Tata usaha sangat penting bagi penyelenggaran sebuah institusi pendidikan. Simon dalam Danim dan Danim (2010) yang dikutip dari Afriyenti (2013) mendefinisikan administrasi sebagai kegiatan dari sekelompok yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Sedangkan menurut Engkoswara dan Komariah (2010) yang dikutip dari Afriyenti (2013) mengartikan administrasi sebagai suatu aktivitas strategik melalui pembuatan kebijakan dan merupakan suatu keseluruhan proses kerja sama. Gie dalam Priansa (2004) yang dikutip dari Afriyenti (2013) menyatakan bahwa tata usaha merupakan segenap rangkaian aktivitas menghimpun, mencatat, mengolah, menggandakan, mengirim dan menyimpan keterangan yang diperlukan dalam setiap organisasi. Tata usaha mempunyai peran "melancarkan kehidupan dan perkembangan sesuatu organisasi dalam keseluruhan karena fungsinya sebagai pusat ingatan dan sumber dokumen". Gie dalam Priansa (2004) yang dikutip dari Afriyenti (2013) juga

menyatakan bahwa tata usaha kantor berwujud melalui enam pola perubahan, yaitu menghimpun, mencatat, mengolah, menggandakan, mengirim dan menyimpan. Semua aktivitas tersebut merupakan isi dan ruang lingkup dari ketatausahaan. Analisis tenaga kerja tata usaha memiliki banyak cakupan. Menurut Hastho & Meilan dalam Sunyoto (2012) yang dikutip dari Afriyenti (2013) analisis ini dapat mencakup: jumlah tenaga kerja, komposisi tenaga kerja dan kualitas tenaga kerja. Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti tertarik memilih judul "**Pengukuran Tingkat Kepentingan Dan Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (Studi Pada Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha)**"

1.2 Perumusan Masalah

Dengan semakin pesatnya bisnis internasional, pendidikan menjadi suatu sektor yang sangat penting. Dengan kondisi ini dan berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut: "Sejauh mana tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kinerja tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha ditinjau dari kesenjangan antara jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan."

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis sampai sejauh mana kesesuaian antara tingkat kepentingan unsur-unsur pelayanan menurut mahasiswa dengan kinerja yang telah dilakukan oleh tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha. Kinerja yang dianggap baik berarti memuaskan.

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengolah beberapa kebijaksanaan yang mendukung tujuan utama yang berdasarkan hasil dari data primer maupun sekunder. Tujuan lainnya adalah sebagai suatu pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi (seluruh unit yang ada di dalamnya) ke arah pemenuhan kebutuhan mahasiswa, agar para mahasiswa merasa puas, sehingga menjadi sumber dari keunggulan daya saing yang berkelanjutan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi:

1. Bagi Akademisi

   Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti lebih lanjut dalam ilmu pengetahuan bagi yang meneliti mengenai pengaruh tingkat kepuasan. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan bahan diskusi bagi kalangan akademis yang tertarik dalam membahas topik yang berhubungan dengan tingkat kepuasan.

2. Bagi Pihak Praktisi Bisnis

   Diharapakan dengan penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan pihak praktisi bisnis dalam hal tingkat kepuasan mahasiswa terhadap tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha dan sebagai landasan pelayanan dari tata usaha.

3. Bagi Penelitian selanjutnya

   Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi, pembanding, ataupun sebagai landasan bagi penelitian selanjutnya yang mengangkat tema atau topik yang serupa.