

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan merupakan faktor penting bagi kelangsungan kehidupan bangsa dan faktor pendukung yang memegang peranan penting di seluruh sektor kehidupan. Pembangunan pendidikan merupakan salah satu prioritas utama dalam agenda pembangunan nasional. Pembangunan pendidikan sangat penting karena perannya yang signifikan dalam mencapai kemajuan di berbagai bidang kehidupan: sosial, ekonomi, politik, dan budaya.

Oleh karena itu, pemerintah berkewajiban untuk memenuhi hak setiap warga negara dalam memperoleh layanan pendidikan guna meningkatkan kualitas hidup bangsa Indonesia sebagaimana diamanatkan oleh UUD 1945, yang mewajibkan pemerintah bertanggung jawab dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dan menciptakan kesejahteraan umum. Pendidikan menjadi landasan kuat yang diperlukan untuk meraih kemajuan bangsa pada masa depan, bahkan lebih penting lagi sebagai bekal dalam menghadapi era global yang sarat dengan persaingan antarbangsa yang berlangsung sangat ketat. Dengan demikian, pendidikan menjadi syarat mutlak yang harus dipenuhi karena ia merupakan faktor determinan bagi suatu bangsa untuk bisa memenangi kompetisi global.

Seiring dengan meningkatnya peran perguruan tinggi dalam meningkatkan program pemerintah untuk meningkatkan kualitas hidup dengan memperoleh pendidikan yang layak, menuntut perguruan tinggi terus meningkatkan kualitas

pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa sebagai *stakeholder* utama dari perguruan tinggi. Perguruan tinggi menjadi suatu komoditas yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam upaya peningkatan taraf hidup masyarakat, dimana perguruan tinggi yang berkualitas dilihat oleh masyarakat dari sarana dan prasarana yang dimiliki serta kepuasan mahasiswa yang berada didalam lingkungan perguruan tinggi itu sendiri.

Salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan menurut Fornell (1992) adalah dengan meningkatkan *satisfaction* yang ada. Faktor-faktor yang mempengaruhi *satisfaction* dapat diketahui bila perusahaan mengenal apa yang dibutuhkan pelanggan. Pengetahuan mengenai kebutuhan pelanggan sangat penting karena akan memberi warna atau suatu pemahaman yang lebih baik mengenai cara pelanggan mengartikan *service quality* (kualitas barang atau jasa) perusahaan. Penelitian Prince dan Simon (2009) menyatakan bahwa terdapat dua hal yang menyebabkan perusahaan layanan/jasa untuk mengimplementasikan *service quality* dengan baik yaitu adanya tekanan dari pesaing, dimana pesaing selalu melakukan inovasi-inovasi yang menyebabkan perusahaan juga harus ikut melakukan inovasi, bila perusahaan tidak melakukan inovasi maka akan menyebabkan penurunan profit perusahaan disebabkan pelanggan akan berpindah ke pesaing.

Universitas Kristen Maranatha merupakan salah satu universitas swasta terbaik yang ada di kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Sejak didirikan pada tanggal 11 September 1965, Universitas Kristen Maranatha terus mengembangkan sayapnya dalam dunia pendidikan. Diawali dengan Fakultas Kedokteran pada tahun 1965, kini Universitas Kristen Maranatha menaungi 9

Fakultas dengan 27 Program Studi (Jenjang Studi Diploma, Sarjana, Profesi, dan Magister).

Sejak berdirinya pada tahun 1985, Fakultas Ekonomi telah menghasilkan lebih dari sembilan ribu alumni, lulusan-lulusan yang dipercaya oleh masyarakat, yang telah ikut serta dalam pembangunan bangsa. Saat ini Fakultas Ekonomi menaungi lima program studi dengan jenjang sarjana (S-1), magister (S-2), dan jenjang profesi. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha memiliki visi menjadi salah satu fakultas ekonomi terbaik di Indonesia pada tahun 2030.

Program Studi S-1 Manajemen Universitas Kristen Maranatha merupakan salah satu Program Studi Manajemen terbaik di Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia. Program pendidikan dititikberatkan pada bidang manajemen perusahaan, yaitu *finance*, *marketing*, *operations*, dan *human resource management*, juga *entrepreneurship*.

Program Studi S-1 Manajemen menerapkan kurikulum link and match dengan dunia industri untuk menghasilkan lulusan yang siap menghadapi tuntutan dunia industri dan masyarakat. Mahasiswa dididik oleh staf pengajar yang memiliki tingkat pendidikan S-2 & S-3 serta pengalaman yang tinggi sebagai praktisi perusahaan atau pelaku usaha. Metode pendidikan ditekankan pada pembekalan pengelolaan organisasi, pengembangan usaha dan karakter berdasarkan nilai-nilai integritas, kepedulian, keprimaan, hormat dan inovasi. Mahasiswa akan dibekali dengan berbagai mata kuliah yang tidak hanya mengembangkan kompetensi manajerial dan wirausaha saja, namun juga dibekali dengan berbagai *soft skills* yang dibutuhkan dalam dunia kerja dan bisnis, seperti kepemimpinan dan keterampilan

antarpribadi, komunikasi bisnis dan keterampilan presentasi, dan keterampilan negosiasi.

Keberhasilan fakultas sebagai unit kerja dalam perguruan tinggi sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan, dimana pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan, dalam hal ini adalah mahasiswa. maka perguruan tinggi harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan apa yang diinginkan konsumen, memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup suatu usaha sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2001). Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perguruan tinggi dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada. Memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan merupakan tugas penting bagi pemasar.

Pengukuran mutu pelayanan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien, dan lebih efektif. Oleh karena itu, mutu pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen akan pelayanan dan berakhir pada persepsi konsumen akan mutu pelayanan yang diberikan. Pengukuran mutu pelayanan dalam pelayanan terhadap mahasiswa, tidak hanya dilihat dari pelayanan akademis, tetapi juga dilihat dari pelayanan non akademis, di antaranya dalam hal administrasi perkuliahan. Pelayanan di sini dapat dipandang sebagai suatu tindakan yang dapat diberikan oleh seluruh jajaran fakultas (pegawai, dosen, teknisi, sarana prasarana, dan dekanat) kepada mahasiswa sebagai pelanggan internalnya.

Kenyataan di lapangan berkaitan dengan layanan akademik dan birokrasi di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen masih banyak keluhan dari mahasiswa. Keluhan mahasiswa meliputi : (1) Jumlah peralatan dan perlengkapan alat praktek

di laboratorium belum terpenuhi sesuai dengan jumlah mahasiswa, contoh-nya jumlah komputer lebih sedikit dari pada jumlah mahasiswa yang melakukan praktik di laboratorium komputer, (2) layanan akademik di bagian administrasi belum dapat dilakukan dengan cepat, tanggap, dan tepat, (3) usulan perbaikan dan perawatan sarana dan prasarana serta perlengkapan pendidikan belum dilakukan, (4) belum ada wadah penelitian antara dosen dan mahasiswa.

Kesenjangan antara harapan dan kenyataan mengenai kualitas layanan akademik dan birokrasi di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen terkait dengan kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan primer perlu dibuktikan secara empiris. Jika masalah itu dapat diketahui jawabannya maka akan sangat membantu bagi manajemen fakultas dalam mengelola *performance*, kualitas layanan akademik dan birokrasi secara tepat sesuai harapan mahasiswa. Perguruan tinggi pada dasarnya adalah industri jasa yang memberikan layanan atau jasa kependidikan yang tujuannya untuk memberikan kepuasan pada pelanggannya (mahasiswa). Menurut Tilaar (2002: 11), dewasa ini perguruan tinggi dihadapkan pada tuntutan akan mutu dan akuntabilitas atas jasa pendidikan yang diberikannya, sehingga layanan bermutu harus diberikan untuk memuaskan pelanggannya.

Menurut Kotler (2008: 35) kepuasan adalah tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dengan yang diharapkan. Banyak manfaat yang akan diperoleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi. Kepuasan yang tinggi akan membuat konsumen loyal sehingga mau membeli kembali barang atau jasanya, konsumen mau mempromosikan barang atau jasa tersebut ke calon konsumen yang lain.

Banyak faktor yang menentukan pelayanan dalam Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, sehingga dibutuhkan suatu analisis yang dapat melihat pengaruh faktor-faktor tersebut secara keseluruhan. Analisis faktor adalah analisis statistika yang digunakan untuk menemukan beberapa faktor yang mendasari dan mengungkapkan saling keterkaitan diantara variabel. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan interkorelasi di antara sejumlah besar variabel. Menurut Sugito (2005), kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan terpenuhinya keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan. Bila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan, dinilai pelayanan itu memuaskan.

Dalam 4 (empat) tahun terakhir Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha mengalami peningkatan atau bertambahnya jumlah mahasiswa. Hal ini dapat dilihat pada tabel.

Tabel I. Jumlah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Tahun Akademik 2013 sampai dengan 2016

Tahun Akademik	Jumlah
2013	418
2014	452
2015	381
2016	358

Sumber: Biro Data dan Informasi Universitas Kristen Maranatha

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha”**.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk menyempurnakan, terhadap pembahasan dan keterbatasan pengetahuan penulis, maka penulis mengidentifikasi:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Universitas Kristen Maranatha
2. Bagaimana kepuasan mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha baik secara parsial maupun simultan

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui kualitas pelayanan pada Universitas Kristen Maranatha
2. Mengetahui kepuasan mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha baik secara parsial maupun simultan

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang berupa skripsi ini diharapkan dapat digunakan untuk pihak-pihak antara lain:

1. Memberikan masukan kepada para pengelola perguruan tinggi swasta dalam rangka peningkatan manajemen.
2. Sebagai salah satu kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan pemasaran jasa, khususnya dalam bidang riset perilaku konsumen jasa pendidikan tinggi.

3. Sebagai bahan referensi bagi pihak yang berminat untuk memahami dan meneliti perilaku konsumen, khususnya perilaku mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta.

