

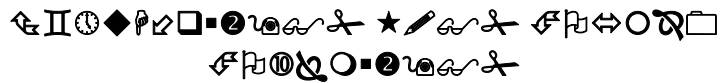
**SURVEY KEPUASAN TENAGA
KEPENDIDIKAN dan DOSEN
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI) AL-AZIZIYAH**

**Oleh:
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU (LPM)
IAI AL-AZIZIYAH SAMALANGA**



**INSTITUT AGAMA ISLAM
(IAI) AL-AZIZIYAH SAMALANGA
KABUPATEN BIREUEN - PROPINSI ACEH
2015**

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadirat Allah Swt, yang dengan rahmat dan karunia-Nya, kami Tim dari Lembaga Penjamin Mutu (LPM) Institut Agama Islam (IAI) Al-Aziziyah telah dapat menyelesaikan penyusunan laporan survey kepuasan Tenaga Kependidikan dan Dosen dalam menjalani rutinitas pendidikan di Kampus IAI Al-Aziziyah Samalanga.

Laporan survey yang telah disusun ini memuat laporan survey yang dilakukan terhadap 16 pernyataan kepuasan, diantara tujuan dilakukan survey ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan layanan yang di terima Tenaga Kependidikan dan Dosen yang menjadi tolak ukur dan *muhasabah* bagi lembaga IAI Al-Aziziyah.

Dengan selesai survey ini, mudah-mudahan dapat memberi masukan kepada IAI Al-Aziziyah dalam meningkatkan mutu layanan kepada Tenaga Kependidikan dan Dosen yang harapannya IAI Al-Aziziyah dapat melahirkan kinerja yang bermutu, untuk itu, kami Tim Lembaga Penjamin Mutu (LPM) sangat mengharapkan kritik dan saran dari para semua pihak demi kesempurnaannya di masa mendatang mudah-mudahan laporan survey ini ada manfaat untuk kita semua.

Samalanga, 10 Maret 2015

Tim,

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Survey Kepuasan.....	4
C. Manfaat.....	4
BAB II KONSEP TEORI	5
A. Konsep Pelayanan	5
B. Pelayanan Prima	7
C. Standar Pelayanan Minimal	11
D. Peningkatan Standar Mutu	11
E. Akreditasi BAN-PT	13
F. Kepuasan Pelanggan	16
BAB III METODE SURVEY	21
BAB IV HASIL SUREVEY.....	26
BAB V KESIMPULAN.....	25
DAFTAR PUSTAKA	26
Lampiran.....	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam bidang pelayanan jasa pendidikan tinggi, Institut Agama Islam (IAI) Al-Aziziyah samalanga merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di Aceh, dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan yang prima untuk menjamin kepuasan pelanggannya. Selain pelanggan eksternal, IAI Al-Aziziyah memiliki pelanggan internal meliputi dosen, tenaga kependidikan, dan mahasiswa.

Keberhasilan suatu jasa pelayanan dalam mencapai tujuannya sangat tergantung pada konsumennya, dalam arti perusahaan memberikan layanan yang bermutu kepada para pelanggannya akan sukses dalam mencapai tujuannya. Sekarang ini mutu pelayanan telah menjadi perhatian utama dalam memenangkan persaingan. Mutu pelayanan dapat dijadikan sebagai salah satu strategi lembaga untuk menciptakan kepuasan konsumen. Suatu pendidikan bermutu tergantung pada tujuan dan yang akan dilakukan dalam pendidikan. Definisi pendidikan bermutu harus mengakui bahwa pendidikan apapun termasuk dalam suatu sistem. Mutu dalam beberapa bagian dari sistem mungkin baik, tetapi mutu kurang baik yang ada di bagian lain dari sistem, yang menyebabkan berkurangnya mutu pendidikan secara keseluruhan dari pendidikan.

Definisi mutu layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan

(Tjiptono dan Diana, 2003). Mutu pelayanan diketahui dengan cara membandingkan harapan / kepentingan pelanggan atas layanan yang ideal dengan layanan yang benar-benar mereka terima. Menurut Feigenbaum (1996) mutu merupakan kekuatan penting yang dapat membuahkan keberhasilan baik di dalam organisasi dan pertumbuhan lembaga, hal ini juga bisa diterapkan di dalam penyelenggaraan pelayanan mutu pendidikan. Selanjutnya jika mutu dikaitkan dalam penyelenggaraan pendidikan maka dapat berpedoman pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional dan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan yang menyatakan bahwa penjaminan mutu adalah wajib baik internal maupun eksternal.

Apabila jasa pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka mutu pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka mutu pelayanan dipersepsikan sebagai mutu yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka mutu pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan/kepentingan pelanggannya secara konsisten. Kajian mengenai karakteristik jasa pada lembaga pendidikan tinggi, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, yakni:

1. Perguruan tinggi termasuk ke dalam kelompok jasa murni (*pure service*), dimana pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana

2. Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (mahasiswa), jadi di sini pelanggan yang mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan (meskipun dalam perkembangan ada yang menawarkan program jarak, institute terbuka, dan kuliah jarak jauh);
3. Penerimaan jasa adalah orang, jadi merupakan pemberian jasa yang berbasis orang. Sehingga berdasarkan hubungan dengan pengguna jasa (pelanggan / mahasiswa) adalah *high contact system* yaitu hubungan pemberi jasa dengan pelanggan tinggi. Pelanggan dan penyedia jasa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung. Untuk menerima jasa, pelanggan harus menjadi bagian dari sistem jasa tersebut;
4. Hubungan dengan pelanggan adalah berdasarkan *member relationship*, di mana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tersebut, sistem pemberian jasanya secara terus menerus dan teratur sesuai kurikulum yang telah ditetapkan.

Pelayanan yang didasarkan pada hubungan dengan kepuasan pelanggan merupakan kunci mempertahankan pelanggan dan mencakup pemberian keuntungan finansial serta sosial di samping ikatan struktural dengan pelanggan. Suatu jasa pelayanan harus memutuskan seberapa banyak pelayanan berdasarkan hubungan harus dilakukan pada masing-masing segmen pasar dan pelanggan, dari tingkat biasa, relatif, bertanggung jawab, proaktif sampai kemitraan penuh. Azwar (1996) berpendapat masalah mutu akan

muncul apabila unsur masukan, proses, lingkungan serta keluaran menyimpang dari standar yang telah ditetapkan.

Untuk mendapatkan gambaran tentang mutu layanan IAI Al-Aziziyah terhadap pelanggan internal, maka perlu dilakukan survey kepuasan pelanggan internal meliputi dosen dan tenaga kependidikan.

B. Tujuan Survey Kepuasan Pelanggan Eksternal

Adapun tujuan IAI Al-Aziziyah melakukan survey kepuasan pelanggan internal adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi pelanggan internal terhadap layanan yang diterima dari IAI Al-Aziziyah.
2. Untuk mengetahui persepsi pelanggan internal terhadap pelaksanaan program dan kegiatan pengembangan untuk kemajuan institusi.
3. Untuk mendapatkan gambaran tentang persepsi pelanggan internal terhadap berbagai capaian IAI Al-Aziziyah di bidang layanan pendidikan tinggi.

C. Manfaat

Adapun manfaat dari pelaksanaan survey kepuasan pelanggan internal, adalah:

1. Sebagai bahan masukan oleh institusi (IAI Al-Aziziyah) dalam program pengembangan dalam upaya meningkatkan mutu pelayanannya
2. Sebagai dokumen dalam rangka akuntabilitas organisasi dalam upaya penjaminan mutu perguruan tinggi.

BAB II KONSEP TEORI

A. Konsep Pelayanan

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Dahlan, dkk., 1995:646) menjelaskan pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan hal tersebut, Norman (1991:14) menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- c. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Pengertian lebih luas mengenai pelayanan disampaikan Daviddow dan Uttal dalam Sutopo dan Suryanto (2003) bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pelayanan yang menjadi produk dari organisasi pemerintahan adalah pelayanan masyarakat (*publik service*). Pelayanan tersebut diberikan untuk memenuhi hak masyarakat, baik layanan sipil maupun publik. Artinya kegiatan pelayanan pada dasarnya menyangkut pemenuhan suatu hak dan melekat pada setiap orang, baik secara pribadi maupun berkelompok (organisasi),

serta dilakukan secara universal. Teori ini sesuai dengan pendapat Moenir (1998) yang menjelaskan bahwa hak atas pelayanan itu sifatnya universal, berlaku terhadap siapa saja yang berkepentingan atas hak tersebut.

Thoha (1995) menjelaskan bahwa tugas pelayanan lebih menekankan kepada mendahulukan kepentingan umum, mempermudah urusan publik, dan mempersingkat waktu proses. Sedangkan tugas mengatur lebih menekankan kepada kepuasan atau power yang melekat pada posisi jabatan birokrasi. Lebih lanjut Pasolong (2007) berpendapat bahwa pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok, dan organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Sedangkan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (1993), mengemukakan pelayanan adalah segala bentuk kegiatan pelayanan dalam bentuk barang atau jasa dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No 63/KEP/M.PAN7/2003, tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, yang disebut pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima layanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-Undangan.

Lebih spesifik lagi Dwiyanto (2005:141) mendefinisikan Pelayanan Publik sebagai serangkaian aktivitas yg dilakukan oleh birokrasi publik untuk memenuhi kebutuhan warga pengguna. Betapa pentingnya birokrasi dalam pelayanan publik sehingga birokrasi selalu menjadi sorotan dan perhatian masyarakat baik

pengguna layanan secara langsung maupun tidak. Tidak hanya barang yang dihasilkan dalam pelayanan publik, tetapi juga jasa dalam hal memberikan pelayanan administrasi.

Berdasarkan teori para ahli tersebut di atas, maka pelayanan adalah suatu kegiatan atau tindakan yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan baik berupa barang ataupun jasa yang menghasilkan manfaat bagi penerima layanan.

B. Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah "*excellent service*" yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan.

Jika pelayanan prima dikaitkan dengan pelayanan publik, berarti pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Nurhasyim (2004) menyebut beberapa perilaku pelayanan prima pada sektor publik sebagai berikut:

- a. Pelayanan yang terbaik dari pemerintah kepada pelanggan atau pengguna jasa.
- b. Pelayanan prima ada bila ada standar pelayanan.
- c. Pelayanan prima bila melebihi standar atau sama dengan standar. Sedangkan yang belum ada standar pelayanan yang terbaik dapat diberikan pelayanan yang mendekati apa yang dianggap pelayanan standar dan pelayanan yang dilakukan secara maksimal.

- d. Pelanggan adalah masyarakat dalam arti luas masyarakat eksternal dan internal.

Apabila pelayanan prima dikaitkan dengan pelayanan umum, maka pelayanan prima dapat diartikan sebagai suatu proses pelayanan kepada masyarakat, baik berupa barang atau jasa melalui tahapan, prosedur, persyaratan-persyaratan, waktu dan pembiayaan yang dilakukan secara transparan untuk mencapai kepuasan sebagaimana visi yang telah ditetapkan dalam organisasi.

Pelayanan prima sebagaimana tuntutan pelayanan yang memuaskan pelanggan atau masyarakat memerlukan persyaratan, bahwa setiap pemberi layanan harus memiliki kualitas kompetensi yang profesional. Oleh sebab itu kualitas kompetensi profesional menjadi aspek penting dan wajar dalam setiap transaksi. Pelayanan prima dikembangkan berdasarkan konsep A3, yaitu *Attitude* (sikap), *Attention* (perhatian), *Action* (tindakan).

Pelayanan prima berdasarkan konsep sikap (*attitude*) meliputi tiga prinsip berikut ini:

1. Melayani pelanggan berdasarkan penampilan yang sopan dan serasi
2. Melayani pelanggan dengan berpikiran positif, what dan logis.
3. Melayani pelanggan dengan sikap menghargai.

Pelayanan prima berdasarkan *attention* (perhatian) meliputi tiga prinsip berikut ini:

1. Mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan.
2. Mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan.

3. Mencerahkan perhatian penuh kepada para pelanggan.

Pelayanan prima berdasarkan action (tindakan) meliputi lima prinsip berikut ini:

1. Mencatat setiap pesanan para pelanggan.
2. Mencatat kebutuhan para pelanggan.
3. Menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan.
4. Mewujudkan kebutuhan para pelanggan.
5. Menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

Hal-hal yang perlu diperhatikan berkaitan dengan konsep Pelayanan Prima adalah sebagai berikut.

1. Apabila dikaitkan dengan tugas pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat maka pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik dari pemerintah kepada masyarakat.
2. Pelayanan prima didasarkan pada standar pelayanan yang terbaik.
3. Untuk instansi yang sudah mempunyai standar pelayanan maka pelayanan prima adalah yang memenuhi standar.
4. Apabila pelayanan selama ini sudah memenuhi standar maka pelayanan prima berarti adanya terobosan baru, yaitu pelayanan yang melebihi standarnya.
5. Untuk instansi yang belum mempunyai standar pelayanan maka pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik dari instansi yang bersangkutan. Usaha selanjutnya adalah menyusun standar pelayanan.

Hasil pengkajian para ahli menunjukkan pentingnya pelayanan

prima kepada pelanggan dengan mengembangkan konsep Total Quality Service (TQS). Tujuan dari TQS adalah mewujudkan tercapainya kepuasan pelanggan, memberikan tanggung jawab kepada setiap orang dan melakukan perbaikan pelayanan secara berkesinambungan. Konsep TQS menurut Tjipto (1997), yaitu:

1. Berfokus kepada Pelanggan

Prioritas utama adalah mengidentifikasi keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan. Selanjutnya dirancang sistem yang dapat memberikan jasa atau layanan tertentu yang memenuhi keinginan pelanggan.

2. Keterlibatan Pegawai secara Menyeluruh

Semua pihak yang terkait dengan upaya peningkatan pelayanan harus dilibatkan secara total menyeluruh. Karena itu, pimpinan harus dapat memberikan peluang perbaikan kualitas terhadap semua pegawai. Selain itu, kepemimpinan harus pula memberikan kesempatan berpartisipasi kepada semua pegawai yang ada dalam organisasi, serta memperdayakan pegawai atau karyawan dalam merancang dan memperbaiki barang, jasa, sistem dan organisasi.

3. Sistem Pengukuran

Komponen dalam sistem pengukuran terdiri hal-hal berikut ini:

- a. Menyusun standar proses dan produk
- b. Mengidentifikasi ketidaksesuaian dan mengukur kesesuaiannya dengan keinginan pelanggan.

4. Perbaikan Kesenambungan.

- a. Memandang bahwa semua pekerjaan sebagai suatu proses
- b. Mengantisipasi perubahan keinginan, kebutuhan dan harapan

para pelanggan.

- c. Mengurangi waktu siklus proses produksi dan distribusi.
- d. Dengan senang hati menerima umpan balik dari pelanggan.

C. Standar Pelayanan Minimal

Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Provinsi sebagai daerah otonom mengisyaratkan adanya hak dan kewenangan pemerintah pusat untuk menetapkan kebijakan tentang perencanaan nasional yang menjadi pedoman atau acuan bagi penyelenggaraan pendidikan di provinsi, kabupaten/ kota sebagai daerah otonom. Dalam rangka standarisasi itulah, maka Mendiknas menerbitkan Kepmen No. 053/U/2001 tanggal 19 April 2001 tentang pedoman Penyusunan Standar Pelayanan Minimal (SPM) Bidang Pendidikan Dasar dan Menengah.

Menurut Peraturan Pemerintah nomor 65 tahun 2005 Standar Pelayanan Minimal yang selanjutnya disingkat SPM adalah ketentuan tentang jenis dan mutu pelayanan dasar yang merupakan urusan wajib daerah yang berhak diperoleh setiap warga secara minimal.

D. Peningkatan Standar Mutu

Standar mutu adalah suatu standar yang ditetapkan oleh institusi penghasil produk terhadap mutu produk yang dihasilkannya untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan terhadap kualitas produk yang digunakannya.

Kajian tentang standar mutu pada awal perkembangannya banyak dilakukan dalam dunia bisnis dan industri. Para pengusaha

berusaha sekuat tenaga menghasilkan produk yang bermutu yang dapat diterima secara baik oleh masyarakat. Pada tahap- tahap selanjutnya, seperti yang diketahui bahwa kajian tentang standar mutu terus mengalami perkembangan dan evolusi, menjadi semakin matang dan mengalami diversifikasi untuk aplikasi di berbagai bidang seperti manufactur, industri jasa, kesehatan, dan dewasa ini juga di bidang pendidikan.

Beberapa tahun belakangan ini telah banyak standar mutu yang diperkenalkan, seperti BS5750, Standar Internasional ISO9000, BS7850, *Investor in People*, *The Deming Prize*, *The Malcolm Baldrige Award*, *The European Quality Award*, *The Citizen's Charter*, Akreditasi BAN-PT, Standar Nasional Indonesia-Badan Standardisasi Nasional (SNI - BSN).

Standar mutu Inggris BS5750 dan standar internasional ISO9000 mendapatkan perhatian yang serius dari dunia pendidikan terutama dari Amerika dan Eropa. Pertumbuhan gerakan kerjasama Pendidikan dan Bisnis (*Educartional Business Partnership*) telah berhasil merangsang ketertarikan dan perhatian masyarakat terhadap berbagai metodologi bisnis, termasuk BS5750.

Ketertarikan pendidikan terhadap BS5750 merupakan hal yang baru. Meskipun harus diakui, bahwa baik *British Standards Institution* (BSI) maupun *Internasional Standards Organization* (ISO) belum menunjukkan ketertarikan terhadap dunia pendidikan sebelum tahun 1989. Mayoritas perusahaan yang terdaftar pada standar BS5750 adalah perusahaan yang bergerak di bidang produk, namun berkembang ke dalam dunia industri jasa dan praktek-praktek professional, seperti badan amal, arsitek, dan konsultan manajemen.

Walaupun demikian belum ada praktek pendidikan yang memberikan jawaban terhadap kesesuaian BS5750/ISO9000 dalam pendidikan.

Namun demikian ada sejumlah kecil perguruan tinggi dan organisasi pelatihan swasta yang berhasil memperoleh status perusahaan, meskipun demikian, saat ini minat dan ketertarikan terhadap standar tersebut betul-betul telah menyebar dalam pendidikan tinggi dan sekolah-sekolah.

E. Akreditasi BAN-PT

Majelis BAN-PT pertama kali diangkat oleh menteri Pendidikan dan Kebudayaan melalui Kepmen Dikbud No. 187/U/1994, tanggal 7 Agustus 1994. Sekretariat BAN-PT pertama kali beroperasi mulai Agustus-1994, sedangkan proses akreditasi pertama kali dilakukan pada tahun 1996.

Akreditasi dipahami sebagai penentuan standar mutu serta penilaian terhadap suatu lembaga pendidikan (dalam hal ini pendidikan tinggi) oleh pihak di luar lembaga pendidikan itu sendiri. Mengingat adanya berbagai pengertian tentang hakikat perguruan tinggi (Barnet, 1992) maka kriteria akreditasi pun dapat berbeda-beda. Barnet menunjukkan, bahwa setidaknya-tidaknya ada empat pengertian atau konsep tentang hakikat perguruan tinggi :

- a. Perguruan tinggi sebagai penghasil tenaga kerja yang bermutu (*qualified manpower*). Dalam pengertian ini pendidikan tinggi merupakan suatu proses dan mahasiswa dianggap sebagai keluaran (*output*) yang mempunyai nilai atau harga (*value*) dalam pasaran kerja, dan keberhasilan itu

diukur dengan tingkat penyerapan lulusan dalam masyarakat (*employment rate*) dan kadang-kadang diukur juga dengan tingkat penghasilan yang mereka peroleh dalam karirnya.

- b. Perguruan tinggi sebagai lembaga pelatihan bagi karier peneliti. Mutu perguruan tinggi ditentukan oleh penampilan/prestasi penelitian anggota staf. Ukuran masukan dan keluaran dihitung dengan jumlah staf yang mendapat hadiah/penghargaan dari hasil penelitiannya (baik di tingkat nasional maupun di tingkat internasional), atau jumlah dana yang diterima oleh staf dan/atau oleh lembaganya untuk kegiatan penelitian, ataupun jumlah publikasi ilmiah yang diterbitkan dalam majalah ilmiah yang diakui oleh pakar sejawat (*peer group*).
- c. Perguruan tinggi sebagai organisasi pengelola pendidikan yang efisien. Dalam pengertian ini perguruan tinggi dianggap baik jika dengan sumber daya dan dana yang tersedia, jumlah mahasiswa yang lewat proses pendidikannya (*throughput*) semakin besar.
- d. Perguruan tinggi sebagai upaya memperluas dan mempertinggi pengkayaan kehidupan. Indikator sukses kelembagaan terletak pada cepatnya pertumbuhan jumlah mahasiswa dan variasi jenis program yang ditawarkan. Rasio mahasiswa- dosen yang besar dan satuan biaya pendidikan setiap mahasiswa yang rendah juga dipandang sebagai ukuran keberhasilan perguruan tinggi.

Perguruan tinggi di Indonesia merupakan campuran yang mengandung unsur- unsur dari keempatnya, oleh karena itu

sistem akreditasi BAN-PT memperhatikan konsep dasar tersebut. Peningkatan mutu berkaitan dengan target yang harus dicapai, proses untuk mencapai dan faktor-faktor yang terkait. Dalam peningkatan mutu ada dua aspek yang perlu mendapat perhatian, yakni aspek kualitas hasil dan aspek proses pencapaian hasil tersebut. Ada dua macam peningkatan mutu yaitu peningkatan mutu untuk mencapai standar mutu yang ditetapkan dan peningkatan mutu dalam konteks peningkatan standar mutu yang telah dicapai. Peningkatan standar mutu dilakukan melalui kegiatan monitoring dan evaluasi (monev), evaluasi diri, audit, dan *benchmarking*.

Evaluasi diri dilakukan terutama untuk melihat kekuatan dan kelemahan satuan

pendidikan kaitannya dengan upaya pemenuhan standar. Tahapan selanjutnya adalah Audit Mutu Akademik Internal untuk melihat kepatuhan terhadap standar mutu yang telah ditetapkan. Hasil-hasil yang diperoleh dari tahapan monitoring dan evaluasi, evaluasi diri, dan audit mutu internal serta ditambah dengan masukan dari seluruh *stakeholders*, digunakan sebagai pertimbangan di dalam melakukan peningkatan mutu.

Apabila hasil evaluasi diri dan audit menunjukkan bahwa standar mutu yang telah ditetapkan belum tercapai, maka harus segera dilakukan tindakan perbaikan untuk mencapai standar tersebut. Sebaliknya apabila hasil evaluasi diri dan audit menyatakan bahwa standar mutu yang ditetapkan telah tercapai, maka pada proses perencanaan berikutnya standar mutu tersebut ditingkatkan melalui *benchmarking*.

Benchmarking adalah upaya perbandingan standar baik antar

bagian internal organisasi maupun dengan standar eksternal secara berkelanjutan dengan tujuan untuk peningkatan standar mutu. Terdapat tiga pertanyaan mendasar yang akan dijawab oleh proses *benchmarking* adalah: 1) Seberapa baik kondisi kita sekarang? (Evaluasi Diri), 2. Harus menjadi seberapa baik? (Target), 3. Bagaimana cara untuk mencapai yang baik tersebut? (Rencana Tindakan)

Perumusan standar mutu harus mengandung unsur ABCD (*audiens, behavior, competence, degree*) dan tidak sekaligus jadi. Contoh Standar Mutu pada Dunia Pendidikan Nasional diartikan sebagai kriteria minimal tentang sistem pendidikan di seluruh wilayah hukum NKRI. Standar mutu dalam dunia pendidikan selanjutnya disebut Standar Nasional Pendidikan (SNP).

F. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan seorang pelanggan atau kepuasan dari para pelanggan merupakan suatu tingkat perasaan pelanggan setelah pelanggan membandingkan kinerja / hasil yang dirasakannya sesuai dengan harapan yang diinginkannya. Jadi tingkat kepuasan pelanggan itu berbeda satu dengan lainnya. Tingkat kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan yang diinginkannya. Jika kinerja yang dilakukannya di bawah harapan yang diinginkannya maka secara otomatis pelanggan merasa kecewa, dan bila kinerja dilakukan sesuai dengan harapan yang diinginkannya, maka pelanggan merasa puas, dan jika kinerja dilakukan melebihi harapan yang diinginkannya maka jelaslah pelanggan merasa sangat puas sekali.

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup

adanya perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja yang ada dengan hasil yang akan diharapkan dan dirasakannya. Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika di sini kinerja tidak mencukupi harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Aritonang (2005) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan yang diartikan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Ada dua ukuran mengenai kepuasan pelanggan yaitu: (1) harapan pelanggan yang berfungsi sebagai pembanding atas suatu ukuran; dan (2) kepuasan pelanggan yang dikaitkan dengan kinerja produk.

Selain itu pelanggan akan merasa puas jika produk yang dibeli dan dikonsumsi berkualitas. Di sini dikatakan bahwa ukuran suatu kualitas dapat bersifat obyektif maupun subyektif. Pada umumnya sekarang orang sering menggunakan ukuran subyektif karena berorientasi pada persepsi dan sikap dari pada kriteria yang lebih obyektif dan konkret. Adapun alasan kenapa orang menggunakan pengukuran subyektif dikarenakan indeks obyektif tidak dapat diterapkan untuk menilai kualitas jasa. Hal ini dipertegas oleh Kotler (1999) yang menyatakan *customer satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's, received performance (or outcome) in relations to the person's expectation.*

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya. Jika dikaitkan atau diterapkan kepuasan pelanggan pada bidang pendidikan, maka

penilaian terhadap aspek setiap komponen belajar-mengajar khususnya kinerja dosen dalam mengelola proses belajar-mengajar memerlukan sumber informasi data dari berbagai pihak terutama sumber data yang terlibat dalam proses belajar-mengajar. Sementara itu Sudjana (1999) berpendapat penilaian hasil proses belajar-mengajar di dalam pendidikan terbagi dalam tiga kelompok yaitu: (1) tenaga pendidik; (2) mahasiswa itu sendiri; dan (3) para orang tua dan masyarakat.

Menurut Zeithaml (1990) terdapat 10 aspek kualitas layanan secara umum, yaitu: (1) *tangible*, penampilan fisik peralatan, personalia dan materi komunikasi; (2) *reliability*, kemampuan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan secara bertanggung jawab dan akurat; (3) *responsiveness*, keinginan untuk membantu pengguna dan menyediakan layanan yang cepat; (4) *competency*, penguasaan kemampuan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan; (5) *courtesy*, sopan santun, respek dan bersahabat dari personalia penghubung; (6) *credibility*, dapat dipercaya dan pemurah dari penyedia layanan; (7) *security*, bebas dari bahaya risiko dan keraguan; (8) *access*, kemudahan dihubungi dan dedikasi; (9) *communication*, menjaga pengguna selalu diinformasikan dalam bahasa yang mudah dimengerti, dan selalu mau mendengarkan keluhan pengguna; dan (10) *understanding the customer*, selalu berusaha untuk mengerti pengguna dan kebutuhannya.

Kesepuluh aspek ini dapat memberikan gambaran kualitas yang dapat memuaskan pelanggan atau pengguna. Lebih lanjut Zeithaml (1990) mengidentifikasi penyebab kegagalan dalam kualitas

layanan dalam lima kesenjangan antara persepsi pelanggan dan penyedia yaitu bentuk kesenjangan dalam hal: (1) antara layanan yang diharapkan dan persepsi manajemen ekspektasi pengguna; (2) antara kualitas layanan dan persepsi pengguna; (3) antara hasil penyerahan layanan dan spesifikasi kualitas layanan; (4) antara hasil penyerahan layanan dan nilai komunikasi eksternal pengguna;

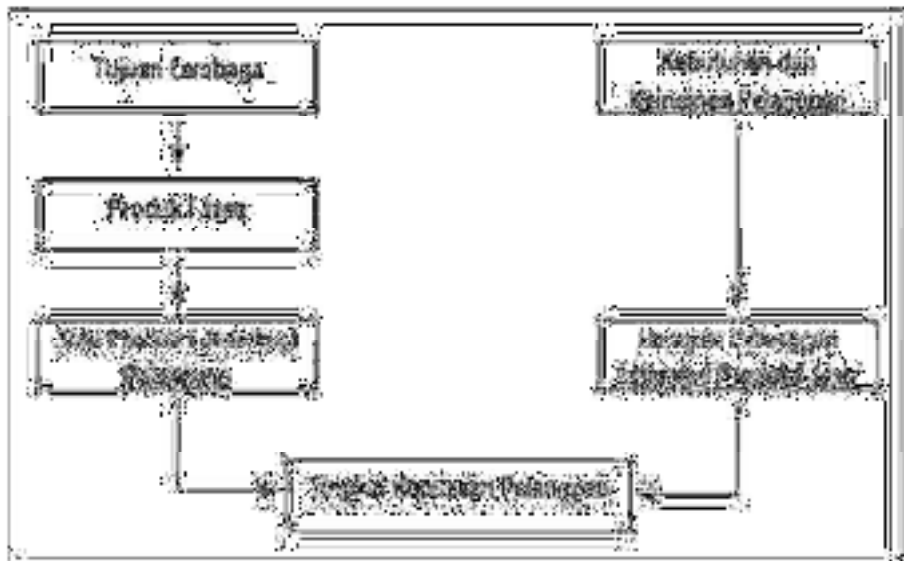
dan (5) antara layanan yang dirasakan dan yang diharapkan.

Indikator mengukur suatu mutu jasa pelayanan oleh Zeithaml dapat diuraikan pada 10 dimensi dasar, yang diringkas menjadi 5 dimensi pengukuran dan memberi kesan bahwa 10 dimensi yang asli adalah saling tumpang tindih satu sama lain, sehingga Parasuraman telah membuat sebuah skala multiitem yang diberi nama *service quality / serqual* (Shahin, 2009). Menurut Parasuraman terdapat lima dimensi kualitas pelayanan (*serqual*), yaitu: (1) dimensi berwujud (*tangibles*), untuk mengukur penampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan dan sarana komunikasi; (2) dimensi keandalan (*reliability*), untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa yang tepat dan dapat diandalkan; (3) dimensi daya tanggap (*responsiveness*), menunjukkan kesediaan untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat; (4) dimensi jaminan (*assurance*), untuk mengukur kemampuan dan keramahan karyawan serta sifat dapat dipercaya; dan (5) dimensi empati (*emphaty*), untuk mengukur pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan serta perhatian yang diberikan oleh karyawan (Shahin, 2009).

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang

dirasakan. Pengertian tersebut dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap satu lembaga tertentu karena keduanya berkaitan erat dengan konsep kepuasan pelanggan, sebagaimana diilustrasikan pada Gambar 1.

Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja tidak mencukupi harapan, maka pelanggan tersebut dianggap tidak puas. (Tjiptono dan Diana, 2003). Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, lembaga harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.



BAB III METODE SURVEY

Kegiatan survey pelanggan internal (Tenaga kependidikan dan Dosen) dilakukan di Institut Agama Islam, yang berlangsung dari 24-28 Februari 2015.

Metode yang digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan internal ini adalah metode survey melalui penyebaran quisioner. Responden dalam penelitian adalah Tenaga kependidikan dan Dosen pada Semester Genap Tahun Akademik 2014-2015 dengan populasi yang berjumlah 102 orang, yang diambil sebagai responden adalah 15 % jumlah Tenaga kependidikan dan Dosen yang mewakili jumlah populasi maka yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 21 Orang.

Tata cara penyebaran instrumen yang` digunakan untuk mengetahui Tenaga kependidikan dan Dosen terhadap layanan Tenaga kependidikan dan Dosen di IAI Al-Aziziyah adalah dengan cara ditentukan dalam membagikan quisioner.

Instrumen untuk mengukur kepuasan Tenaga kependidikan dan Dosen terhadap proses pelayanan akademik, disusun dengan 16 pernyataan:

1. Kepuasan terhadap pengembangan karir di IAI Al-Aziziyah
2. Kepuasan bekerja sesuai dengan tugas, pokok dan fungsi di IAI Al-Aziziyah
3. Kepuasan terhadap beban kerja saudara di IAI Al-Aziziyah
4. Kepuasan terhadap kepemimpinan dalam pengelolaan SDM di IAI Al-Aziziyah
5. Kepuasan terhadap keteladanan kepemimpinan dalam pengelolaan SDM di IAI Al-Aziziyah

6. Kepuasan terhadap sinkronisasi kebijakan pimpinan di IAI Al-Aziziyah
7. Kepuasan terhadap konsistensi penegakan aturan di IAI Al-Aziziyah
8. Kepuasan terhadap suasana kerja di IAI Al-Aziziyah
9. Kepuasan terhadap penghasilan saudara saat ini di IAI Al-Aziziyah
10. Kepuasan terhadap penghargaan prestasi di IAI Al-Aziziyah
11. Kepuasan terhadap keselamatan dan kesehatan kerja di IAI Al-Aziziyah
12. Kepuasan terhadap keamanan tempat kerja di IAI Al-Aziziyah
13. Kepuasan terhadap Jaminan sosial di IAI Al-Aziziyah
14. Kepuasan terhadap keterbukaan informasi dan kemudahan komunikasi di IAI Al-Aziziyah
15. Kepuasan terhadap mata kuliah yang telah ditetapkan
16. Kepuasan waktu dalam memberi materi

Kuesioner diadarkan menggunakan pilihan jawaban model *Skala Likert* dengan lima alternatif pilihan jawaban yaitu Sangat Tidak Puas (STP), Tidak Puas (TP), Cukup Puas (CP), Puas (P) dan Sangat Puas (SP). Indeks kepuasan Tenaga kependidikan dan Dosen dinilai meliputi dari 16 pernyataan tersebut. Dasar penentuan klasifikasi kepuasan Tenaga kependidikan dan Dosen menggunakan jumlah skor jawaban responden. Skor minimal adalah 1 dan skor maksimal adalah 5.

BAB IV HASIL SURVEY

Dalam penelitian ini yang menggunakan *skala likert*, terlebih dulu ditentukan skala nilai tertinggi dan skala nilai terendah sebelum disimpulkan interval. Nilai tertinggi dalam penelitian ini merupakan total responden yang dijadikan sampel dikalikan bobot nilai tertinggi dalam skala likert ($21 \times 5 = 105$), jadi Nilai tertinggi adalah 105.

Kemudian nilai terendah merupakan total responden yang dijadikan sampel dikalikan bobot nilai terkecil dalam skala likert ($21 \times 1 = 21$), dan untuk penentuan interval dilakukan dengan nilai tertinggi (105) dikurangi nilai terendah (21) membagi skala likert ($(105 - 21) / 5 = 17$). Jadi interval dalam penentuan skala dalam penelitian ini adalah 17.

Skor Jawaban	Klasifikasi
20 - 37	Sangat Tidak Puas
38 - 53	Tidak Puas
54 - 70	Cukup Puas
71 - 87	Puas
88 - 105	Sangat Puas

Survey terhadap yang dilakukan terhadap Tenaga Kependidikan dan Dosen IAI Al-Aziziyah Semester Genap Tahun akademik 2014-2015 dengan jumlah sampel 21 orang yang dibagikan dengan cara ditentukan dari setiap unit kerja dengan menguji enam belas pernyataan yang menggambarkan pikiran, perasaan dan perilaku yang diterima oleh tenaga kependidikan dan Dosen.

Hasil survey terhadap aspek ini menyimpulkan, untuk pernyataan pertama tentang pengembangan karir, bobot skor nilai adalah 86, pernyataan kedua tentang bekerja sesuai dengan tugas,

pokok dan fungsi, bobot skor nilai, 88, pernyataan ketiga tentang terhadap beban kerja, bobot skor 86, kemudian pernyataan keempat tentang terhadap kepemimpinan dalam pengelolaan SDM, bobot skor 90, pernyataan kelima tentang keteladanan kepemimpinan dalam pengelolaan SDM, bobot skor 93, pernyataan keenam tentang sinkronisasi kebijakan pimpinan, bobot skor 92, pernyataan ketujuh tentang konsistensi penegakan aturan, bobot nilai 82, pernyataan kedelapan tentang suasana kerja, bobot nilai 86, pernyataan kesembilan tentang penghasilan saudara saat ini, bobot nilai 87, pernyataan kesepuluh tentang penghargaan prestasi, bobot nilai 89, pernyataan kesebelas tentang keselamatan dan kesehatan, bobot nilai 80, pernyataan kedua belas tentang keamanan tempat kerja, bobot nilai 83, pernyataan ketiga belas tentang Jaminan sosial, bobot nilai 78, pernyataan keempat belas tentang keterbukaan informasi dan kemudahan komunikasi, bobot nilai 80, pernyataan kelima belas tentang mata kuliah yang telah ditetapkan, bobot nilai 82, dan pernyataan terakhir tentang waktu dalam memberi materi, bobot skor 84.

Totalitas jumlah skor angka kepuasan Tenaga Kependidikan dan Dosen dari 16 pernyataan adalah 85, skor tersebut menunjukkan bahwa pelayanan IAI Al-Aziziyah terhadap Tenaga Kependidikan dan Dosen dalam *skala puas mendekati sangat puas.*

BAB V

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survey kepuasan pelanggan internal (dosen dan tenaga kependidikan) dapat disimpulkan, sebagai berikut :

1. Persepsi dosen IAI Al-Aziziyah terhadap IAI Al-Aziziyah saat ini adalah dalam skala puas mendekati sangat puas.
2. Persepsi tenaga kependidikan IAI Al-Aziziyah terhadap IAI Al-Aziziyah saat ini adalah dalam skala puas mendekati sangat puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, L., R. 2005. Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. 1999. Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall Internasional, Inc.
- Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional pendidikan, (online), (<http://depdiknas.go.id>)
- Shahin, A. 2009. Servqual and Model of Service Quality Gaps: A Framework for Determining and Prioritizing Critical Factors in Delivering Quality Services.
Department of Management, University of Isfahan, Iran, (Online), (<http://www.proserv.nu>)
- Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia..1991. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta :Balai Pustaka
- Tjiptono, F., dan Diana, A. 2003. Total Quality Management. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. 2006. Bandung: Fokus Media.

Analisa hasil Survey Dosen T.A 2014/2015 diambil 20 Responden Dosen & Tenaga Kependidikan IAI Al-Aziziyah

Kode Responden	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13	S 14	S 15	S 16
Responden 1	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
Responden 2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	1	5	5
Responden 3	1	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	3
Responden 4	3	5	4	5	3	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	1
Responden 5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3
Responden 6	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	1	4
Responden 7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Responden 8	4	4	4	4	4	3	2	4	4	5	4	5	5	4	3	4
Responden 9	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
Responden 10	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4
Responden 11	5	5	4	3	5	5	5	4	4	5	3	3	2	2	4	4
Responden 12	5	3	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4
Responden 13	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4
Responden 14	5	3	4	3	3	5	3	4	3	5	5	5	3	3	5	5
Responden 15	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
Responden 16	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
Responden 17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
Responden 18	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4
Responden 19	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
Responden 20	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
Responden 21	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
Jumlah	86	88	86	90	93	92	82	86	87	89	80	83	78	80	82	84

1 0 0 0 0 0 0

Buat Interval

Jarak Tertinggi

- k terendah

#REF!

#REF!

Nilai Tertinggi = Total Responde X Bobot Terbesar

$$21 \times 5 = 105$$

Nilai Terendah = Total Responde X Bobot Terkecil

$$21 \times 1 = 21$$

84

16,8

Interval = Nilai tertinggi - Nilai Terendah / Skala Likert

$$105 - 21 / 5 = 17$$

Penilaian Interval				
20	36	Sangat Tidak Puas		
38	53	Tidak Puas		
54	70	Cukup Puas		
71	87	Puas		
88	105	Sangat Puas		

37

54

71

88

105

Kuesioner TA 2012-2013 diambil 15 % dari 114 Mahasiswa

Kode Responden	<i>Tangibles</i>	<i>Realibility</i>	<i>esponcivenes</i>	<i>Assurance</i>	<i>Empathy</i>
Responden 1					
Responden 2					
Responden 3					
Responden 4					
Responden 5					
Responden 6					
Responden 7					
Responden 8					
Responden 9					
Responden 10					
Responden 11					
Responden 12					
Responden 13					
Responden 14					
Responden 15					
Responden 16					
Responden 17					
Responden 18					
Responden 19					
Responden 20					
Responden 21					
Responden 22					
Responden 23					
Responden 24					
Responden 25					
Responden 26					
Responden 27					
Responden 28					
Responden 29					
Responden 30					
Responden 31					
Responden 32					
Responden 33					
Responden 34					
Responden 35					
Responden 36					
Responden 37					
Responden 38					
Responden 39					
Responden 40					
Responden 41					
Responden 42					
Responden 43					

Responden 44					
Responden 45					
Responden 46					
Responden 47					
Responden 48					
Responden 49					
Responden 50					
Responden 51					
Responden 52					
Responden 53					
Responden 54					
Responden 55					
Responden 56					
Responden 57					
Responden 58					
Responden 59					
Responden 60					
Responden 61					
Responden 62					
Responden 63					
Responden 64					
Responden 65					
Responden 66					
Responden 67					
Responden 68					
Responden 69					
Responden 70					
Responden 71					
Responden 72					
Responden 73					
Responden 74					
Responden 75					
Responden 76					
Responden 77					
Responden 78					
Responden 79					
Responden 80					
Responden 81					
Responden 82					
Responden 83					
Responden 84					
Responden 85					
Responden 86					
Responden 87					
Responden 88					

Responden 89					
Responden 90					
Responden 91					
Responden 92					
Responden 93					
Responden 94					
Responden 95					
Responden 96					
Responden 97					
Responden 98					
Responden 99					
Responden 100					
Responden 101					
Responden 102					
Responden 103					
Responden 104					
Responden 105					
Responden 106					
Responden 107					
Responden 108					
Responden 109					
Responden 110					
Responden 111					
Responden 112					
Responden 113					
Responden 114					

Jumlah

Buat Interval

Jarak Tertinggi - Jarak terendah

Nilai Tertinggi = Total Responde X Bobot Terbesar

$$114 \times 5 = 570$$

Nilai Terendah = Total Responde X Bobot Terkecil

$$114 \times 1 = 114$$

Interval = Nilai tertinggi - Nilai Terendah /Skala Likert

$$570 - 114 / 5 = 91,2$$

Penilaian Interval				
114	539		Sangat Tidak Puas	
540	779		Tidak Puas	
631,2	1019		Cukup Puas	
722,4	1259		Puas	

813,6	1500		Sangat Puas	
-------	------	--	-------------	--

456
91,2

205,2
296,4
387,6

478,8

570