

LAPORAN
KEPUASAN LAYANAN KEMAHASISWAAN
(Responden Mahasiswa)



UNIT PENJAMINAN MUTU
PRODI PENDIDIKAN SENI DRAMA, TARI DAN MUSIK
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
2021

Halaman Pengesahan

Menyatakan bahwa Laporan Kepuasan Mahasiswa terhadap Layanan Kemahasiswaan
Universitas Negeri Surabaya dibuat dengan sebenarnya

Mengetahui
Kaprosdi Pendidikan Seni Drama, Tari, dan Musik



Dr. Anik Juwariyah, M.Si.

NIP 197005072002121002

Surabaya, 8 Agustus 2022

Unit Penjaminan Mutu



Dhani Kristiandri, S.Pd., M.Sn.

NIP 197903102005011004

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Unit Penjaminan Mutu merupakan unit pada Gugus Penjamin Mutu (GPM) di tingkat Fakultas Universitas yang bertugas membantu pelaksanaan penjaminan mutu dengan model Perencanaan Mutu, Pelaksanaan Mutu, Evaluasi Mutu, Pengendalian Mutu, Peningkatan Mutu (PPEPP). Salah satu tugas dari divisi ini adalah melakukan Survei Kepuasan Layanan Pelanggan yang saat ini merupakan kebutuhan dan tuntutan dari Akreditasi Prodi dan Akreditasi Perguruan Tinggi. Beberapa survei yang dilakukan adalah survei kepuasan terhadap seluruh kegiatan yang dilakukan oleh UPM agar mutu pelaksanaan kegiatan terevaluasi secara periodik. Survei ini dilakukan secara *online* dan dilakukan setelah kegiatan berakhir. Hasil survei ini akan ditindaklanjuti dengan rapat evaluasi yang hasilnya digunakan untuk peningkatan layanan kegiatan selanjutnya.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan meningkatkan mutu pelayanan di Unesa maka diperlukan adanya survei kepuasan kepada mahasiswa, mahasiswa, dan tendik. Hal diperlukan untuk mengetahui variabel apa yang harus ditingkatkan dan dipertahankan kualitasnya. Pengisian kuesioner terdiri dari mengisi harapan dan kenyataan terhadap pelayanan yang dirasakan tahun 2021.

1.2. Permasalahan

- a. Apakah hasil survei kepuasan layanan kemahasiswaan Unesa tahun 2021 antara harapan dan kenyataan ada perbedaan yang signifikan secara pengujian statistik.
- b. Bagaimana hasil perbandingan antara harapan dan kenyataan kepuasan layanan kemahasiswaan Unesa berdasarkan survei mahasiswa Unesa tahun 2021 dengan menggunakan analisis gap.
- c. Bagaimana analisis perbandingan antara harapan dan kenyataan kepuasan layanan kemahasiswaan Unesa berdasarkan survei mahasiswa Unesa tahun 2021 dengan menggunakan pendekatan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA).

1.3. Tujuan

Mengetahui kualitas kepuasan layanan kemahasiswaan Unesa dengan pengguna layanan adalah mahasiswa Unesa tahun 2021 berdasarkan analisis statistik uji beda, analisis gap dan analisis IPA.

1.4. Sistematika Laporan

Sistematika pada Laporan ini adalah Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, permasalahan, tujuan, dan sistematika laporan. Pada Bab II berisi tentang metode survei terdiri dari jenis dan rancangan survei, variabel, definisi operasional, instrumen survei, metode yang digunakan, dan pengolahan data. Bab III berisi tentang Hasil dan Pembahasan, dan Bab IV berisi tentang kesimpulan.

BAB II

METODE SURVEI

2.1. Jenis dan Rancangan Pelaksanaan Survei

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Metode survei dipilih karena dapat memberikan deskripsi atau gambaran kuantitatif tren, sikap, dan pendapat dari populasi terhadap variabel dengan mempelajari sampel (Johnson & Christensen, 2014); (Creswell & Creswell, 2018).

Penelitian ini menggunakan rancangan *cross sectional* yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara variabel bebas dengan variabel bergantung dengan melakukan pengukuran pada saat yang sama (*point time approach*). Saat yang sama artinya tiap subyek hanya diobservasi satu kali dan variabel subyek dilakukan pada saat observasi. Metode yang digunakan dalam pengambilan data adalah kuesioner.

2.2. Definisi Operasional

Beberapa definisi operasional adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen adalah semua mahasiswa yang menggunakan layanan kemahasiswaan Unesa tahun 2021.
- b. Harapan konsumen adalah mahasiswa yang memperoleh layanan kemahasiswaan Unesa tahun 2021.
- c. Kepuasan konsumen adalah pengakuan konsumen mengenai layanan kemahasiswaan Unesa tahun 2021.
- d. Kualitas pelayanan yang akan diteliti adalah harapan dan kenyataan konsumen terhadap *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (keberwujudan).

2.3. Instrumen Survei

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan tertulis tentang harapan dan kenyataan konsumen untuk dijawab. Instrumen kuesioner terdiri dari 5 aspek utama yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (keberwujudan).

2.4. Metode yang digunakan

Metode yang digunakan adalah Metode *Service Quality Servqual* (Parasuraman et al., 1985), dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah:

1. *Tangibles* (Nyata) yaitu meliputi penampilan fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (Keandalan) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) Yaitu keinginan para staf untuk membentuk para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (Jaminan) Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. *Empathy* (Empati) Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Tahap selanjutnya adalah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* yang pertama kali diperkenalkan oleh (Martilla & James, 1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen/pelanggan dengan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal juga dengan *Quadrant Analysis*.

2.5. Pengolahan Data

a. Analisa Gap dan Tingkat Kesesuaian (Tki)

Tingkat kepuasan konsumen dijelaskan dengan menggunakan analisis kesenjangan (gap) dan tingkat kesesuaian (Tki). Analisis ini membandingkan *mean* antara harapan dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen dari dimensi pelayanan yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (keberwujudan).

Gap = Kenyataan – Harapan

Tingkat kesesuaian (Tki) = (Kenyataan/Harapan) x 100%

Gap score menunjukkan kesenjangan antara kenyataan dan harapan (Parasuraman et al., 1985). Hal ini menunjukkan adanya masalah ketiaksesuaian antara harapan pelanggan dan kenyataan yang dirasakannya. Berdasarkan *gap score* bernilai positif (+) menunjukkan bahwa kenyataan dapat memenuhi harapan pelanggan, sedangkan nilai negatif (-) menunjukkan bahwa belum terpenuhi (Parasuraman et al., 1988).

b. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan analisis statistik. Uji ini dilakukan dengan memasukkan rata-rata kenyataan dan harapan dari setiap pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan terdistribusi normal atau tidak sehingga dapat ditentukan uji statistik selanjutnya yang akan digunakan. Uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov untuk sampel besar (lebih dari 50 responden) atau Shapiro-Wilk untuk sampel kecil (kurang dari 50 responden). Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi normal (data parametrik) dan dapat dianalisis dengan paired t-test. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal (data non-parametrik) dan dapat dianalisis menggunakan uji Wilcoxon.

c. Uji Wilcoxon

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang bermakna atau tidak dari kenyataan dan harapan yang diteliti sehingga dapat ditentukan apakah H_0 ditolak atau diterima. Apabila hasil yang didapatkan terjadi perbedaan yang signifikan maka H_0 ditolak tetapi apabila perbedaan yang terjadi tidak signifikan maka H_0 diterima. Uji paired t-test dilakukan jika dua data yang dibandingkan terdistribusi normal atau uji Wilcoxon jika minimal dari salah satu yang dibandingkan tidak terdistribusi normal dapat dari kenyataan dan harapan.

d. Diagram Kartesius

Diagram kartesius menjabarkan tingkat pernyataan ke dalam empat bagian dimana dengan diagram ini dapat ditentukan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang kemudian dapat diprioritaskan bagi perusahaan untuk ditingkatkan lebih lanjut.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Statistik

Survei dilakukan dengan mengambil responden adalah mahasiswa Universitas Negeri Surabaya yang dilakukan secara acak melalui *Single Sign On* (SSO). Data yang didapatkan sebesar 22.906 responden. Jumlah sampel ini sudah memenuhi syarat kecukupan sampel dengan menggunakan rumus Slovin. Jika jumlah populasi mahasiswa di Unesa adalah 30.284 dan diasumsikan *error* yang ditoleransi sebesar 5%, maka sampel minimal yang harus terpenuhi adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{30284}{1 + (30284)(0.05^2)} = 394.78 \approx 395$$

Jumlah sampel sebanyak 22.906 responden, maka syarat kecukupan data sudah terpenuhi.

Selanjutnya akan dilakukan pengujian asumsi normalitas sebagai prasyarat untuk melakukan uji beda *mean* antara Harapan dan Kenyataan. Hipotesis didefinisikan sebagai berikut:

H₀ : Data mengikuti Distribusi Normal

H₁ : Data tidak mengikuti Distribusi Normal

Layanan kemahasiswaan meliputi:

- Pelayanan kemahasiswaan bimbingan dan konseling
- Pelayanan kemahasiswaan layanan kesehatan
- Pelayanan kemahasiswaan kegiatan pembinaan mental kebangsaan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Harapan	Kenyataan
N		522	522
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.4464	3.1785
	Std. Deviation	.61207	.58142
Most Extreme Differences	Absolute	.225	.207
	Positive	.183	.207
	Negative	-.225	-.207
Test Statistic		.225	.207
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 3.1. Hasil Uji Normalitas Data 1

Dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, maka dari Gambar 3.1 dapat dilihat bahwa nilai asyptomatik atau p-value lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan hasil pengujian hipotesis adalah Tolak H₀ yang artinya data tidak mengikuti distribusi Normal.

Uji Wilcoxon merupakan alternatif metode pengujian 2 sampel berpasangan selain pengujian dengan paired t test. Jika sampel memenuhi asumsi distribusi normal maka dapat digunakan pendekatan uji statistic parametrik dengan uji t sampel berpasangan, sedangkan jika asumsi normalitas tidak terpenuhi, maka bisa mengujikan Uji Wilcoxon. Dari hasil pengujian normalitas, diperoleh kesimpulan bahwa data hasil survey tidak memenuhi asumsi distribusi normal, dengan demikian digunakan pendekatan nonparametrik uji sign Wilcoxon.

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kenyataan - Harapan	Negative Ranks	213 ^a	144.14	30702.00
	Positive Ranks	47 ^b	68.68	3228.00
	Ties	262 ^c		
	Total	522		

- a. Kenyataan < Harapan
- b. Kenyataan > Harapan
- c. Kenyataan = Harapan

Test Statistics^a

		Kenyataan - Harapan
Z		-11.362 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
- b. Based on positive ranks.

Gambar 3.2. Hasil uji Wilcoxon

Berdasarkan hasil Uji Wilcoxon menggunakan SPSS for Windows 26 diperoleh hasil Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05 sehingga dapat dinyatakan Tolak H₀ dengan hipotesis sebagai berikut :

H₀ : Tidak ada perbedaan antara nilai Harapan dan Kenyataan

H₁ : Ada perbedaan antara nilai Harapan dan Kenyataan

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara harapan dan kenyataan kepuasan dosen terhadap layanan proses penelitian di Unesa pada tahun 2021.

3.2. Analisis Gap dan Tingkat Kesesuaian

Hasil perhitungan Kenyataan, Harapan, Analisis Gap, dan Kualitas Layanan Bimbingan dan Konseling Unesa Tahun 2021 dijelaskan pada Tabel 3.1.

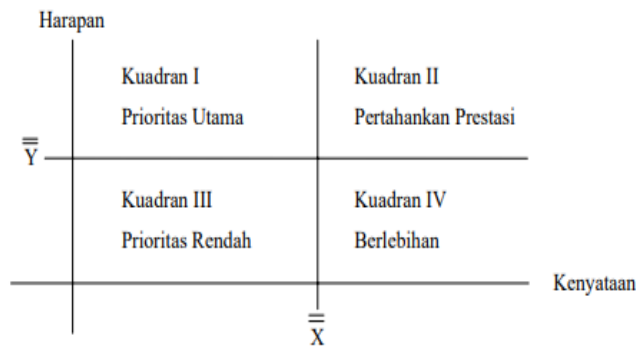
Tabel 3.1. Hasil perhitungan Kenyataan, Harapan, Analisis Gap, dan Kualitas Layanan Bimbingan dan Konseling Unesa Tahun 2021

Dimensi	P	Penyataan	Harapan	Kenyataan	GAP	Tki (%)
Reliability (Kredibilitas)	P1	Keberlanjutan program kegiatan (reliability)	34,71	31,97	-2,74	92,11
	P6	Keberlanjutan program kegiatan (reliability)	34,48	31,78	-2,7	92,17
	P11	Keberlanjutan program kegiatan (reliability)	34,44	31,95	-2,49	92,77
		Mean	34,5433	31,9	-2,6433	92,35
Responsiveness (Adil)	P2	Kesigapan organisasi kemahasiswaan dalam melayani mahasiswa (responsiveness)	34,44	31,76	-2,68	92,21
	P7	kecepatan layanan memperoleh informasi	34,46	31,51	-2,95	91,44
	P12	Kesigapan pelayanan (responsiveness)	34,35	31,69	-2,66	92,25
		Mean	34,4167	31,65333	-2,7633	91,9667
Assurance (Tanggung Jawab)	P3	Kebermanfaatan kegiatan (assurance)	34,44	31,69	-2,76	91,99
	P8	Kebermanfaatan kegiatan (assurance)	34,5	31,95	-2,55	92,61
	P13	Kebermanfaatan kegiatan (assurance)	34,62	32,01	-2,61	92,47
		Mean	34,52	31,88333	-2,64	92,3567
Empathy (Akuntabilitas)	P4	Komunikasi dan kepedulian organisasi kemahasiswaan dalam menerima keluhan (empathy)	34,33	31,71	-2,63	92,35
	P9	kesediaan/kepedulian petugas dalam menerima keluhan (empathy)	34,25	31,59	-2,66	92,23
	P14	Kepedulian dalam menerima keluhan layanan beasiswa (emphaty)	34,6	31,86	-2,74	92,08
		Mean	34,3933	31,72	-2,6767	92,22
Tangible (Transparan)	P5	kecukupan, aksesibilitas, dan kualitas sarana prasarana (Tangible)	34,48	31,63	-2,85	91,72

	P10	kecukupan, aksesibilitas, kualitas dan sarana prasarana tentang Pembinaan Pengembangan Karir (<i>Tangible</i>)	34,33	31,82	-2,51	92,69
	P15	kecukupan, aksesibilitas, kualitas dan sarana prasarana layanan beasiswa (<i>Tangible</i>)	34,5	31,86	-2,64	92,34
		Mean	34,4367	31,77	-2,6667	92,25
		Mean kelima dimensi	34,462	31,78533	-2,678	92,2287

Berdasarkan hasil perhitungan Gap Score pada tabel 3.1 , menunjukkan bahwa semua dimensi bernilai negatif, hal ini berarti hasil nilai kinerja layanan belum memenuhi harapan pengguna. Dimensi dengan gap negative terbesar adalah dimensi Responsiveness (Adil) yaitu : kecepatan layanan memperoleh informasi dengan nilai gap -2,95. Menurut responden, tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan variabel ini adalah sebesar 91,44%. Tetapi secara keseluruhan, total kesesuaian antara kenyataan dan harapan yang dirasakan oleh responden untuk proses layanan kemahasiswaan Tahun 2021 adalah sebesar 92,2287%.

3.3. Diagram Kartesius (IPA)



Gambar 3.4. Diagram Kartesius (Supranto, 2001)

Keterangan:

Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting bagi konsumen. Akan tetapi penyedia pelayanan belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga menimbulkan kekecewaan/ rasa tidak puas. Variabel pada kuadran ini perlu menjadi perhatian secara serius.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

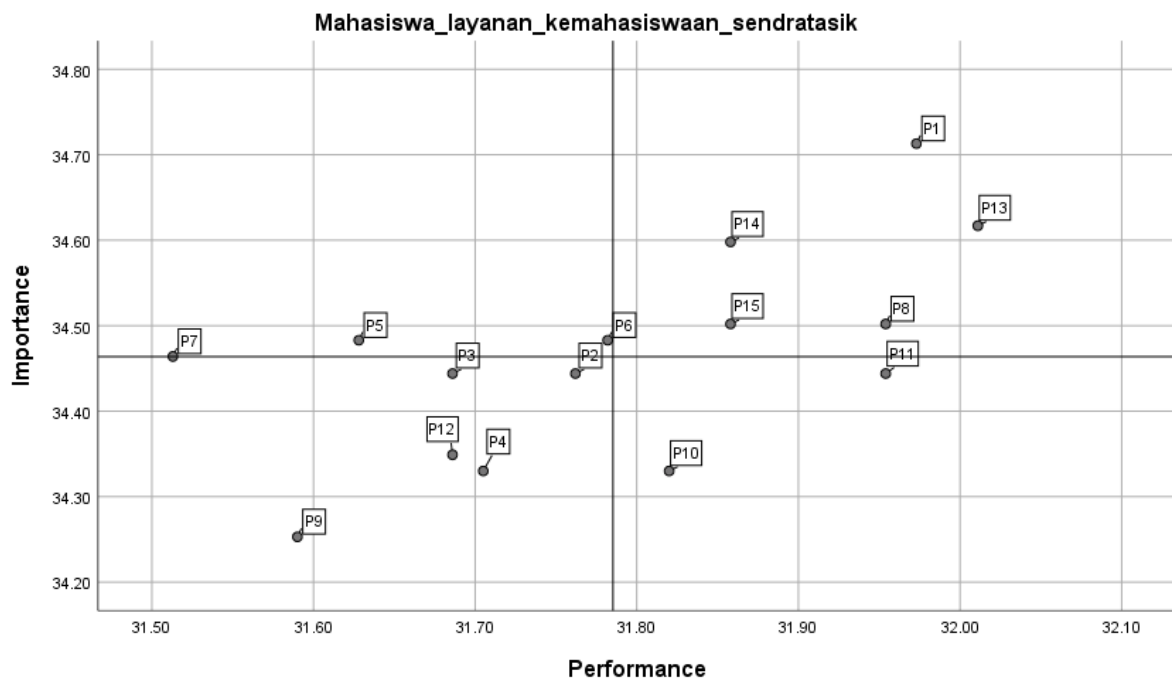
Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan konsumen, maka kewajiban penyedia jasa harus mempertahankan kinerjanya.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaan oleh penyedia jasa biasa-biasa saja. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini tidak perlu dipersoalkan walau tidak memuaskan konsumen karena konsumen tidak menganggap sangat penting.

Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen tetapi telah dijalankan dengan sangat baik oleh penyedia jasa.



Gambar 3.1.

Diagram Kartesius Survei Kepuasan Pelayanan Kemahasiswaan terhadap Mahasiswa Unesa pada tahun 2021

Berdasarkan visualisasi dari diagram kartesius hubungan antara indikator harapan dan kenyataan yang sudah dinilai oleh reponden mahasiswa , ditemukan variabel yang berada pada daerah kuadran I adalah P5, P6, dan P7. Hal ini berarti, terdapat tiga faktor yang perlu diprioritaskan yang dianggap mendesak dan utama oleh responden. Ketiga faktor tersebut adalah: (1) kecukupan, aksesibilitas, dan kualitas sarana prasarana (Tangible); (2) Keberlanjutan program kegiatan (reliability); (3) kecepatan layanan memperoleh informasi.

Sedangkan pada kuadran II, ditemukan terdapat P1, P8, P13, P14, dan P15. Variabel tersebut merupakan faktor-faktor yang dianggap penting oleh pengguna dan telah dilaksanakan dengan baik sehingga dapat memuaskan konsumen, maka kewajiban manajemen perguruan tinggi adalah harus mempertahankan kinerja yang selama ini sudah berjalan. Secara runtut variabel tersebut adalah: (1) Keberlanjutan program kegiatan (reliability); (2) Kebermanfaatan kegiatan (assurance); (3) Kebermanfaatan kegiatan (assurance); (4) Kepedulian dalam menerima keluhan layanan beasiswa (emphaty); (5) kecukupan, aksesibilitas, kualitas dan sarana prasarana layanan beasiswa (Tangible).

Sementara itu untuk variabel lainnya yaitu P2, P3, P4, P9, dan P12 masuk ke kuadran III merupakan poin yang dianggap kurang penting oleh responden namun dapat ditingkatkan lagi. Secara runtut faktor yang dianalisa adalah: (1) Kesigapan organisasi kemahasiswaan

dalam melayani mahasiswa (responsiveness); (2) Kebermanfaatan kegiatan (assurance); (3) Komunikasi dan kepedulian organisasi kemahasiswaan dalam menerima keluhan (empathy); (4) kesediaan/kepedulian petugas dalam menerima keluhan (empathy); (5) Kesigapan pelayanan (responsiveness).

Sedangkan kuadran IV poin P10, P1 artinya tidak perlu dipersoalkan dan sudah sesuai dengan harapan konsumen sehingga tidak terlalu menjadi fokus perhatian dalam perbaikan layanan proses kemahasiswaan selanjutnya.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa layanan kemahasiswaan Unesa dengan responden mahasiswa adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat perbedaan yang signifikan antara Harapan dan Kenyataan berdasarkan hasil uji Wilcoxon dengan nilai signifikansi $< 5\%$ dan menyimpulkan menolak H_0 .
- b. Berdasarkan analisis gap, tingkat kesesuaian harapan dan kenyataan, setelah dianalisis menunjukkan skor 92, 2287% yang berarti layanan kemahasiswaan dikategorikan sangat sesuai.
- c. Berdasarkan analisis IPA (diagram kartesius), layanan yang dianggap sangat penting bagi konsumen, tetapi perlu ditingkatkan yaitu P5, P6, dan P7. Faktor yang perlu diprioritaskan yang dianggap mendesak dan utama oleh respon adalah; (1) kecukupan, aksesibilitas, dan kualitas sarana prasarana (Tangible); (2) Keberlanjutan program kegiatan (reliability); (3) kecepatan layanan memperoleh informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Johnson, R. B., & Christensen, R. (2014). *Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance Performance Analysis. *Journal of Marketing*, *41*(1), 77–79.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, *49*(4), 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, *64*(1), 12–40.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta.

1	Keberlanjutan program kegiatan (<i>reliability</i>)								
2	Kecepatan pelayanan (<i>responsiveness</i>)								
3	Kebermanfaatan kegiatan (<i>assurance</i>)								
4	Kepedulian dalam menerima keluhan (<i>empathy</i>)								
5	kecukupan, aksesibilitas, kualitas dan sarana prasarana layanan pengembangan kewirausahaan (<i>Tangible</i>)								