

DIMENSI KUALITAS JASA PENDIDIKAN

Sunar

Universitas Borobudur, Jakarta
Jln. Raya Kalimalang Jakarta
sunar@yahoo.com

Abstract

Educational literature suggest that there is mounting pressure from customers of higher education to close the gap between their expectation of institutional performance and the actual performance. Therefore, it is imperative that higher educations actively monitor the quality of their service. This paper deals with measuring the quality dimensions in higher education. The framework developed by Widrick, Mergen and Grant (2002) was used in this paper.

Keywords: *higher education, institutional performance, service quality*

Pendahuluan

Pada dekade terakhir ini, tampak bahwa dunia perguruan tinggi di Indonesia telah memasuki era demo-kratisasi sekaligus era globalisasi. Model akreditasi yang lebih menilai pada kualitas kegiatan akademik dari pada status apakah Perguruan Tinggi Negeri (PTN) atau Perguruan Tinggi Swasta (PTS), dengan menggunakan lembaga independent BAN PT, telah meningkatkan intensitas persaingan antara kedua jenis perguruan tinggi tersebut.

Persaingan semakin meningkat dengan semakin meluasnya dampak globalisasi pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia pendidikan. Persaingan tidak lagi antara PTN dan PTS dalam negeri saja, tetapi juga dengan perguruan tinggi asing (PTA) yang diperbolehkan beroperasi di Indonesia. Untuk bisa tetap hidup dalam situasi pesaing seperti itu, sebuah PT harus dapat mengem-bangkan dirinya secara professional. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pendidikan (Handoko, 1998; hardjosoedarmo, 1996).

Banyak artikel yang sudah mencoba membahas pengertian kualitas. Na-

mun belum ada kesepakatan tentang definisi kualitas secara universal dalam literatur manajemen. Masing-masing penulis mempunyai kerangka sendiri dalam merumuskan definisi kualitas. Bahkan bisa dikatakan jumlah definisi kualitas adalah sebanyak pakar yang merumuskannya (Reeves and Bednar, 1994). Tulisan ini mencoba membahas beberapa dimensi kualitas pendidikan tinggi yang dikembangkan berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu. Selanjutnya pengukuran dan alat-alat yang bisa digunakan dalam mengevaluasi dimensi kualitas pendidikan akan disajikan dalam tulisan ini. Dengan demikian, diharapkan praktisi pendidikan dapat melakukan instropeksi terhadap kualitas pelayanan pendidikan di lembaga masing-masing.

Dimensi Kualitas Pendidikan Tinggi

Lembaga pendidikan adalah termasuk usaha jasa. Konsumen menilai kualitas jasa berdasarkan persepsi mereka terhadap hasil akhir kinerja jasa dan bagaimana proses jasa itu berlangsung. Hasil-hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen menilai kualitas jasa tidak pada

satu dimensi saja, tapi pada beberapa dimensi kualitas jasa (Widrick et al., 2002; Zeithaml and Bitner, 2002, Pariseau and Mc Daniel, 1997; Shank et al, 1995). Ada beberapa pendapat tentang dimensi kualitas jasa. Namun demikian, yang cukup dikenal dan diakui adalah dimensi kualitas jasa dari Parasuraman dkk. Ada lima dimensi yang biasanya digunakan oleh konsumen untuk mengukur kualitas jasa:

- *Reliability*; berkaitan dengan kemampuan memenuhi jasa sesuai yang dijanjikan. Janji yang dimaksud disini, selain berkaitan dengan seperti apa dan bagaimana jasa akan diberikan, juga termasuk harga sesuai dengan promosi yang telah dilakukan.
- *Responsiveness*; berkaitan dengan kemauan untuk membantu konsumen. Membantu yang dimaksud disini berkaitan dengan tindakan dalam menghadapi permintaan konsumen, pertanyaan konsumen, komplain dan dalam memecahkan masalah konsumen.
- *Assurance*; berkaitan dengan pengetahuan dan kemampuan karyawan atau organisasi jasa sehingga layak untuk dipercaya konsumen. Dimensi ini menjadi penting untuk jasa dimana konsumen menghadapi resiko yang tinggi karena ketidak mampuannya dalam mengevaluasi kinerja jasa (ingat kembali istilah *credence quality*). Termasuk digunakan sebagai ukuran dalam dimensi ini adalah penghargaan atau sertifikat keprofesionalan dari karyawan atau organisasi yang bersangkutan dalam bidang jasa yang dijual.
- *Emphaty*; berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan perhatian secara individual kepada konsumen. Perhatian secara individual ini penting karena pada dasarnya konsumen itu ingin dipahami perasaannya dan ingin dianggap penting.
- *Tangibles*; berkaitan dengan unsur fisik dari jasa, termasuk perlengkapan dan bahan komunikasi. Khususnya untuk

konsumen baru, dimensi inilah yang akan banyak digunakan dalam mengevaluasi jasa.

Shank dkk (1995) telah mendesain instrumen untuk mengukur harapan kualitas pelayanan pendidikan tinggi berdasarkan instrumen SERVQUAL yang telah dikembangkan oleh Parasuraman dkk. Untuk menghindari terjadinya *overlapping* dari item-item pertanyaan maupun dimensi pengukuran, shank dkk telah melakukan beberapa kali iterasi melalui analisis faktor. Hasilnya, dari 49 item pertanyaan yang dikembangkan dari lima dimensi kualitas jasa, diperoleh 23 item pertanyaan yang masing-masing dikelompokkan ke dalam 3 dimensi kualitas pelayanan pendidikan. Tiga dimensi yang dimaksud adalah *respect for student*, *professors' knowledge* dan *university physical environment*.

Sementara Pariseau and Mc Daniel (1997) memodifikasi semua dimensi kualitas Parasuraman untuk mengukur kualitas sekolah bisnis dan keterkaitannya dengan loyalitas mahasiswa. Widrick, Mergen and Grant (2002) telah mengajukan suatu kerangka konseptual tentang bagaimana mengevaluasi pendidikan tinggi berkaitan dengan aktifitas pengembangan kurikulum dan riset. Ada tiga dimensi kualitas pendidikan tinggi, berdasarkan kerangka yang diajukan oleh ketiga penulis tersebut. Dimensi pertama berkaitan dengan kualitas design, berkaitan dengan seberapa baik design pendidikan menangkap kebutuhan konsumen. Dimensi kedua berkaitan dengan kualitas conformance yaitu seberapa baik jasa aktual disajikan (pendidikan) sesuai dengan desain kualitas yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dan dimensi ketiga berkaitan dengan kualitas performance, yaitu seberapa baik kinerja jasa dimata konsumen. Kemudian ketiga penulis tersebut menggunakan kerangka

konsep yang diajukan untuk mengevaluasi beberapa institut perguruan tinggi.

Dari beberapa peneliti tersebut di atas ada satu kesepakatan bahwa pengukuran kualitas pendidikan sebaiknya dikaitkan dengan harapan konsumen dari dunia pendidikan itu sendiri. Konsumen dunia pendidikan yang dimaksud disini kelompok orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan baik langsung ataupun tidak langsung atas penyelenggaraan pendidikan dan hasil-hasilnya. Jadi termasuk konsumen dunia pendidikan adalah mahasiswa, orang tua mahasiswa, calon mahasiswa, masyarakat, pemerintah dan dunia usaha sebagai pemakai lulusan pendidikan tinggi.

Harapan Konsumen Terhadap Jasa

Harapan Konsumen berkaitan dengan keyakinan konsumen terhadap penyajian jasa yang akan mereka terima dan akan dijadikan standar dalam mengevaluasi kinerja jasa (Shank, et al., 1995; Berry & Parasuraman, 1997; Walker & Baker, 2000). Oleh karena itu, memahami apa yang diharapkan oleh konsumen merupakan langkah pertama dan paling penting dalam penyajian jasa yang berkualitas.

Berdasarkan hasil suatu studi, ditemukan bahwa ternyata konsumen mempunyai dua tipe harapan terhadap jasa (Walker & Baker, 2000, Zeithaml & Bitner, 2002). Dua tipe yang dimaksud dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Desired Service*

Merpakan suatu tingkat kinerja maksimal jasa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini konsumen percaya bahwa jasa yang akan mereka terima seharusnya bisa memenuhi harapan mereka. Sebagai contoh, seorang mahasiswa yang datang ke kelas berharap memperoleh ruang kelas yang nyaman, rekan-rekan mahasiswa yang kompak dalam mengikuti kuliah, dosen yang cakep, pintar, ramah dan dapat menjelaskan dengan bahasa yang

mudah dipahami. Sehingga pada saat keluar dari kelas mahasiswa tersebut dapat memahami mata kuliah yang baru saja diambil.

Namun belum tentu semua harapan tersebut dapat mereka terima pada saat sudah membeli sebuah jasa, karena banyak faktor yang menyebabkan tidak tercapainya kinerja maksimal dari sebuah jasa.

b. *Adequate Service*

Yaitu suatu tingkat kinerja minimal jasa yang bisa diterima oleh konsumen. Jadi konsumen dapat menerima bila kinerja jasa yang akan mereka terima hanya memenuhi sebagian dari harapan mereka. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa faktor yang diakui konsumen dapat menyebabkan kinerja maksimal dari jasa tidak bisa tercapai. Sebagai contoh, mahasiswa yang punya banyak harapan sebelum masuk kelas tadi ternyata menemukan situasi kelas yang tidak nyaman karena rekan-rekannya gaduh di dalam kelas. Sebagai akibatnya dia tidak dapat memahami mata kuliah dengan baik pada saat keluar kelas. Namun demikian dia masih bisa menerima kinerja jasa pendidikan tersebut karena dia menyadari kesuksesan jasa juga ditentukan oleh peran konsumen lain (dalam hal ini kekompakan rekan mahasiswa di kelas).

Dua macam harapan konsumen terhadap jasa ini menjadi batas dari suatu daerah toleransi konsumen terhadap variasi kualitas jasa. Hal ini disebabkan adanya kenyataan bahwa jasa mempunyai sifat heterogen (dimana kinerja jasa akan bervariasi tergantung pada siapa yang menjadi penyedia jasa, kapan dan dimana) menyebabkan konsumen masih dapat menerima variasi kinerja sebatas apa yang disebut zone of tolerance (Walker & Baker, 2000, Zeithaml & Bitner, 2000).

Batas bawah dari daerah toleransi ini adalah *adequate service* dan batas atasnya adalah *desired service*. Jika kinerja jasa berada dibawah batas bawah daerah toleransi maka konsumen kecewa, dan jika kinerja jasa berada di atas batas atas maka konsumen akan sangat gembira (suatu tingkatan lebih dari sekedar puas).

Pengukuran dimensi Kualitas Pendidikan Tinggi

Sesuai dengan kerangka yang diajukan oleh Widrick et al. (2002), ada tiga dimensi kualitas pendidikan tinggi berkaitan dengan aktifitas pengembangan kurikulum dari riset. Dimensi yang pertama adalah kualitas design. Alat-alat pengukuran yang bisa digunakan untuk mengevaluasi

seberapa baik desain pendidikan menangkap kebutuhan konsumen dapat dilihat pada tabel 1.

Dimensi kualitas pendidikan tinggi yang kedua adalah kualitas *conformance*. Alat-alat pengukuran yang bisa digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik kinerja aktual pendidikan berlangsung sesuai dengan *design* pendidikan yang sudah ditetapkan sebelumnya dapat dilihat pada tabel 2.

Dimensi yang ketiga adalah kualitas *performance*. Alat-alat pengukuran yang bisa digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik kinerja pendidikan sesuai dengan kebutuhan konsumen dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 1
Quality of Design

<i>Dimensions</i>	<i>Measurement tools</i>
<i>Curriculum</i>	
<i>What Courses to offer and sequencing</i>	<i>Survey, tree diagram, flow diagram, benchmarking, QFD</i>
<i>What program to offer</i>	<i>Survey, tree diagram, benchmarking, QFD</i>
<i>Determining appropriate faculty qualifications</i>	<i>Benchmarking, matrix of accrediting checksheet</i>
<i>Admission requirements</i>	<i>Benchmarking, matrix of accrediting institutions guidelines, confirmation checksheet</i>
<i>Course content</i>	<i>Benchmarking, matrix of accrediting institutions like AACSB guidelines, QFD, affinity diagram, flow diagram.</i>
<i>Research</i>	
<i>Internal Commitment and Support (e.g. Course release time, money)</i>	<i>Benchmarking, depth interviews, survey to determine expectations</i>
<i>External support (e.g. research projects, equipment, funding)</i>	<i>Benchmarking, depth interviews, survey to determine expectations</i>
<i>Accrediting bodies' (AACSB, State) guidelines</i>	<i>Operation definitions of expectations of the various bodies</i>
<i>Faculty/professional norms and expectations</i>	<i>Operational definitions of faculty/administration expectations</i>
<i>Faculty/professional norms and expectations</i>	<i>Operational definitions of faculty/administration expectations</i>
<i>Number and type of research centers of excellence</i>	<i>Benchmarking, tree diagram to determine success characteristics.</i>

Sumber : Widrick, et.al. (2002)

Tabel 2
Quality of Conformance

<i>Dimensions</i>	<i>Measurement tools</i>
<i>Curriculum</i>	
<i>Coverage of the topics (i.e. are the topics listed in the curriculum covered?)</i>	<i>Confirmation check sheet (i.e. yes/no-type tally)</i>
<i>Level of coverage</i>	<i>Peer review, student feedback</i>
<i>Are the courses offered in proper sequence?</i>	<i>Confirmation check sheet (i.e. yes/no-type tally)</i>
<i>Do qualified instructors teach the courses?</i>	<i>Confirmation check sheet (i.e. yes/no-type tally)</i>
<i>Research</i>	
<i>Papers submitted (over the year)</i>	<i>Trend analysis (e.g. per faculty, per program) control chart</i>
<i>Funding proposals submitted (over the years)</i>	<i>Control charts (different kinds depending on the type and availability of the data), trend analysis</i>
<i>Funding proposals accepted (over the years)</i>	<i>Same tools as mentioned above</i>
<i>Papers accepted (over the years)</i>	<i>Same tools as mentioned above</i>
<i>Support for research versus the yield</i>	<i>Scatter diagram</i>
<i>Support for research over the years</i>	<i>Trend analysis</i>
<i>Distribution of the accepted papers by the journals (i.e. top tier, second tiers, etc)</i>	<i>Matrix diagram Pie charts Pareto chars</i>

Sumber : Widrick, et.al. (2002)

Tabel 3
Quality of Performance

<i>Dimensions</i>	<i>Measurement tools</i>
<i>Curriculum</i>	
<i>Employer satisfaction with coop or intems</i>	<i>Focus group analysis, depth interview, Pareto analysis to determine areas to improve</i>
<i>Employers satisfaction with final placement</i>	<i>Focus group analysis, dept interview, Pareto analysis</i>
<i>Type of employers recruiting for majors in your curriculum</i>	<i>Trend analysis, Pareto analysis, control chart, matrix</i>
<i>Starting salaries of alums</i>	<i>Trend analysis of median starting salaries</i>
<i>Assess alumni positions and compensation over their career cycle</i>	<i>Surveys, period histograms on salary distributions, trend analysis on median salaries</i>
<i>Ability to achieve on standardized tests or licencing boards</i>	<i>Bar charts, histograms, trend analysis on average scores</i>
<i>Research</i>	
<i>Papers accepted following a blind refereed process</i>	<i>Histogram, control chart, trend analysis by publication outlet</i>
<i>Causes for rejection of papers</i>	<i>Pareto analysis, fishbone</i>
<i>Meeting the scholarship</i>	<i>Checklists</i>
<i>Sandards of accrediting bodies</i>	
<i>No of and dollar amounts of funded research</i>	<i>Bar chart, trend analysis</i>

Sumber : Widrick, et.al. (2002)

Kesimpulan

Dunia pendidikan tinggi di Indonesia tengah dihadapkan pada lingkungan persaingan yang cukup tajam. Pesaing yang harus dihadapi tidak lagi hanya sesama perguruan tinggi dalam negeri saja, tetapi juga perguruan tinggi asing. Disisi lain, berdasar literatur pendidikan ditemukan bahwa ada tekanan dari konsumen pendidikan (termasuk disini, mahasiswa, orang tua mahasiswa, alumni, pemerintah dan dunia usaha) terhadap lembaga pendidikan untuk menutup kesenjangan yang terjadi antara harapan mereka terhadap dunia pendidikan dan kinerja pendidikan yang mereka terima. Oleh karena itu, lembaga pendidikan tinggi harus senantiasa aktif mengevaluasi kualitas dari pelayanan pendidikan mereka. Hal ini disebabkan oleh keyakinan bahwa kualitas merupakan salah satu alat bersaing dalam era *hypercompetition* seperti sekarang ini.

Tulisan ini telah membahas beberapa alat yang bisa digunakan untuk mengevaluasi beberapa dimensi kualitas pendidikan tinggi. Dimensi dan alat pengukurannya dapat dilihat kembali pada tabel 1, 2 dan 3. Dengan demikian, diharapkan praktisi pendidikan dapat melakukan introspeksi terhadap kualitas pelayanan pendidikan di lembaga masing-masing.

Daftar Pustaka

Berry, L.L and Parasuraman A, "*Listening to the customer: The concept of a Service Quality Information System*", *Sloan management Review*. Vol. 38, Iss, 3, P. 65, 1997.

Handoko, Hani, "Emplementasi TQM di Perguruan Tinggi", Makalah disajikan pada Seminar Akademik dalam rangka Dies Natalis ke XXXI, AKS Tarakanita Yogyakarta pada tanggal 28 Maret 1998.

Hardjo Soedarmo, Soewarso, "Dasar-dasar TQM", Andi Offset, Yogyakarta, 1996.

Panisean, S.E. and J.R. Mc. Daniel, "*Assessing Service Quality in Schools of Business*", *The Journal of Quality & Reliability Management*. Vol. 14. Iss. 3, p. 204., 1997.

Reeves C.A. and Bednar D.A., "*Defining Quality: Alternatives and Implications*", *The Academy of Management Review*. Vol. 19 Number 3, July, p. 419, 1994.

Shank, M.D., Walker M. and Hayer T, "*Understanding Professional Service Expectation: Do we know what our student expect in a quality education?*", *Journal of Professional Services Marketing*. Vol. 13, Iss. 1,p.71., 1995.

Walker, J.R. & Baker J, "*An Exploratory Study of Multi-Expectation Framework for Service*", *The Journal of Services Marketing*. Vol. 14, Iss. 5, p. 411., 2000.

Widrick, S.M., Morgen E. and Grant D, "*Measuring the Dimensions of Quality in Higher Education*", *Total Quality Management*, Vol. 13, No., p. 123-131, 2002.

Zeithaml. V.A. and Bitner, M.J, "*Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*", International Edition McGraw-Hill, United States of America, 2002.