

KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN UNIVERSITAS XYZ

Dani Vardiansyah

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Jakarta
Jalan Arjuna Utara No 9, Tol Tomang, Kebun Jeruk, Jakarta Barat
dani.vardiansyah@esaunggul.ac.id

Abstract

This study tried to find answers to student satisfaction on the quality of information and the quality layanann XYZ University. The study is quantitative descriptive. The study population is an active student Semester 2014/15. The samples were taken by accidental in order to meet the quota of 250 respondents. Related results showed that the quality of information, respondents feel that their most dissatisfied (36%) is information associated with great clarity bill. Values given the same respondents in the information / campus policies that change frequently and do not uptodate. Dari can be seen that the amount of the bill is inconsistent very disturbing respondents. It is recommended that the clarity bill is a major concern. Moreover, the same percentage of votes, inconsistencies / policy change is also very disturbing respondent satisfaction. Related to quality of service, the most cause of dissatisfaction is in terms of the ability of officers in understanding the needs of students. Therefore, it is recommended that personnel can better empathize with the wishes and needs of the respondents.

Keywords: *student satisfaction, quality of information, quality of service*

Abstrak

Penelitian ini coba menemukan jawaban atas kepuasan mahasiswa terhadap kualitas informasi dan kualitas layanann Universitas XYZ. Penelitian bersifat kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Semester Genap 2014/15. Sampel ditarik secara accidental guna memenuhi kuota 250 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terkait kualitas informasi, responden menilai bahwa yang paling membuat mereka tidak puas (36%) adalah informasi yang terkait dengan kejelasan besar tagihan. Nilai yang sama diberikan responden pada informasi/kebijakan kampus yang sering berubah dan tidak uptodate. Dari sini terlihat bahwa besaran tagihan yang tidak konsisten sangat mengganggu responden. Disarankan agar kejelasan tagihan menjadi perhatian utama. Selain itu, dalam prosentase penilaian yang sama, ketidakkonsistenan/kebijakan yang berubah-ubah juga sangat mengganggu kepuasan responden. Terkait kualitas layanan, maka yang paling menimbulkan ketidakpuasan adalah dalam hal kemampuan petugas dalam memahami kebutuhan mahasiswa. Untuk itu, maka disarankan agar petugas dapat lebih berempati pada keinginan dan kebutuhan responden.

Kata kunci: kepuasan mahasiswa, kualitas informasi, kualitas layanan

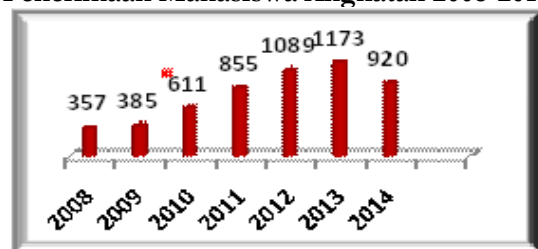
Identifikasi dan Rumusan Masalah

Universitas XYZ memiliki dua basis penerimaan mahasiswa, yaitu Kelas Reguler dan Kelas Paralel. Kelas Reguler dengan mayoritas *fresh graduate* lulusan SMA sederajat dengan jadwal perkuliahan di hari kerja, sedangkan Kelas Paralel mayoritas karyawan dengan jadwal perkuliahan dimulai pada hari Kamis dan Jum'at malam, serta Sabtu dan Minggu. Disebut Paralel karena sistem akademik dari kedua basis tersebut sama.

Berbeda dengan Reguler, tidak semua fakultas dibuka dalam basis Paralel berbeda. Di

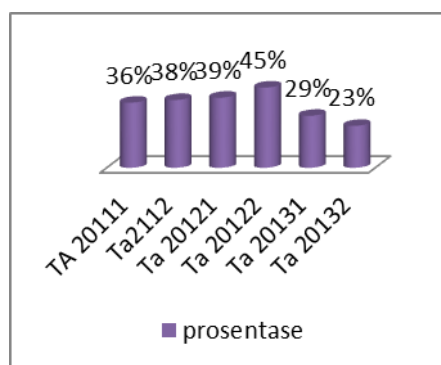
kelas Reguler, semua fakultas dibuka. Berikut ini adalah data tentang pertumbuhan oenerimaan mahasiswa dari 2008 sampai dengan 2014 Ganjil.

Grafik 1
Penerimaan Mahasiswa Angkatan 2008-2014



Data di atas menunjukkan bahwa setiap tahun Penerimaan Mahasiswa Baru selalu mengalami peningkatan, kecuali tahun 2014 karena belum termasuk penerimaan untuk semester genap. Adapun dilihat dalam prosentase dapat terlihat pada grafik berikut:

Grafik 2
Prosentase Perbandingan PMB dengan Mahasiswa Tidak Aktif Angkatan 2011-2013 Semester Ganjil TA 2014/15



Data grafik di atas menunjukkan bahwa prosentase perbandingan antara Penerimaan Mahasiswa Baru dengan Mahasiswa Tidak Aktif pada Semester Ganjil 2014/2015 sangatlah besar, yaitu di atas 20% dan apabila dirata-rata dari angkatan 2011(1) – 2013(2) adalah 30%.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, mahasiswa tidak aktif dikarenakan ketidakpuasan mahasiswa terhadap proses bisnis dari Universitas XYZ. Dalam penelitian kali ini peneliti tidak hanya berfokus pada proses bisnis yang menjadikan ketidakpuasan mahasiswa. Peneliti menambahkan faktor yang mendukung proses dengan melibatkan gugus kerja sebagai berikut:

1. Departemen Pemasaran dan Humas yang bertugas mencari calon mahasiswa, mempromosikan dan men-generate NIM.
2. Departemen Administrasi Akademik (DAA), yang bertanggungjawab atas proses akademik.
3. Departemen Keuangan Siswa (DKS), yang bertugas mengelola pembayaran biaya
4. Departemen Perkuliahan dan Pengelolaan Ujian (DPPU), yang bertugas mengelola pelaksanaan perkuliahan sampai ujian.
5. Pengelola Mata Kuliah Umum (PAMU), bertanggungjawab dalam mengelola mata kuliah umum.

6. Prodi, bertanggungjawab menyiapkan dosen, kurikulum, dan pembimbing akademik.
7. Departemen Pengelola Kelas Paralel (DPKP), yang bertanggungjawab dalam keberlangsungan pelaksanaan Kelas Paralel.
8. Departemen IT, yang bertanggungjawab akan Sistem Informasi dan Jaringan Universitas XYZ.
9. Departemen Umum (DU), bertanggungjawab atas fasilitas penunjang perkuliahan.

Dari kesembilan layanan tersebut mahasiswa akan dinilai tingkat kepuasannya.

Sejak Semester Ganjil Tahun Akademik 2014/2015 Universitas XYZ menerapkan Sistem Informasi baru dengan nama SIAKAD. Saat ini memasuki Tahun Akademik 2014/2015 Semester Genap untuk kedua kalinya Sistem Informasi ini digunakan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini peneliti akan memasukan Sistem Informasi sebagai salah satu indikator penelitian.

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah diatas, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut; Seberapa besar Kepuasan Mahasiswa terhadap Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan yang diberikan Universitas XYZ pada Semester Genap Tahun Ajaran 2014/2015.

Proses Komunikasi

Kegiatan komunikasi merupakan kegiatan sehari-hari, mulai dari tataran antarpribadi, kelompok, organisasi, hingga massa. Komunikasi memiliki sejumlah arti, dimana para pakar telah banyak berupaya mendefinisikan komunikasi. Kegiatan komunikasi pada prinsipnya adalah aktivitas penyampaian pesan antarmanusia guna mewujudkan suatu tujuan tertentu.

Dengan kata lain, terdapat suatu motif komunikasi yang mendasari setiap upaya penyampaian pesan antar manusia (Vardiansyah, 2004). Untuk dapat terjadinya komunikasi, minimal harus terdapat tiga unsur, yaitu adanya komunikator, pesan, dan komunikan (Vardiansyah, 2004). Dalam upaya penyampaian pesan guna mewujudkan motif komunikasi ini terdapat rangkaian peristiwa mulai dari ketika pesan disusun dalam diri komunikator hingga akhirnya pesan itu sampai ke komunikan dan dimaknai dalam diri komunikannya. Inilah yang lazim disebut proses komunikasi, yaitu urutan

peristiwa yang terjadi saat manusia menyampaikannya kepada manusia lain (Vardiansyah, 2004).

Dalam rangkaian peristiwa ini, Laswell menurunkan sebuah model yang sangat populer di kalangan ilmuwan komunikasi. Diluncurkan pada 1948, model yang merupakan formula sederhana ini umumnya digunakan untuk mengkaji masalah komunikasi massa. Laswell sendiri menggunakan formulanya untuk menunjukkan jenis riset dalam bidang komunikasi sebagaimana berikut.

Kualitas Layanan

Menurut Lerbin (2005), pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dapat dipercaya, bertanggungjawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan, dan selalu memberikan janjinya. Menurut Kolter (1997), kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari sudut pandang penyedia jasa melainkan persepsi pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman dkk (1991), kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya.

Kualitas layanan/jasa berbeda dengan kualitas produk. Kualitas jasa memiliki ketergantungan yang tinggi pada kinerja pekerja, sumber organisasional, dimana mereka tidak dapat dikontrol semudah komponen barang diproduksi (Parasuraman dkk, 1998).

Parasuraman, (1990) mengidentifikasi lima dimensi kualitas dalam jasa pelayanan, yaitu:

- 1) *Tangibles*, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi.
- 2) *Reliability*, yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Hal ini berarti bahwa pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan.
- 3) *Responsiveness*, yaitu bias menjawab kebutuhan atau bias diartikan dengan kemauan untuk menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat.
- 4) *Assurance*, meliputi pengetahuan dan rasa hormat para karyawan dan kemampuan

mereka berarti adanya jaminan tentang kepastian pelayanan yang diberikan.

- 5) *Empaty*, yaitu adanya penjiwaan dan perhatian secara pribadi terhadap konsumen.

Kualitas Informasi

Kualitas Informasi mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi (Jogiyanto, 2007). Menurut O'Breins (2005), kualitas informasi adalah tingkat dimana informasi memiliki karakteristik isi, bentuk, dan waktu, yang memberikan nilai buat para pemakai akhir tertentu.

Jogiyanto (2005) menjelaskan bahwa kualitas informasi terdiri dari 3 (tiga) hal, yaitu:

- a. Akurat, informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Informasi harus memiliki keakuratan tertentu agar tidak diragukan kebenarannya.
- b. Tepat pada waktunya, informasi yang datang pada penerima tidak boleh datang terlambat, karena informasi yang datang tidak tepat waktu, tidak bernilai lagi, sebab informasi digunakan dalam proses pembuatan keputusan.
- c. Relevan, informasi yang ada memiliki nilai kemanfaatan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pemakainya. Informasi memiliki tingkat relativitas yang berbeda, tergantung pada tingkat pemakai.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan fokus pelaku bisnis dalam memenangkan persaingan dunia bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan hal penting bagi produsen/penyelenggara jasa, dimana konsumen akan menyebarkan informasi mengenai apa yang dirasakannya terkait produk/pelayanan jasa ke calon konsumen lainnya. Sehingga apabila citra perusahaan buruk maka akan berakibat fatal, demikian sebaliknya.

Menurut Kolter (1997), kepuasan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survey dengan data penelitian bersifat kuantitatif dan sifat penelitian yang deskriptif. Populasi

dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas XYZ Kelas Paralel yang aktif pada Semester Genap 2014/15. Sampel ditarik secara accidental atas mahasiswa aktif Universitas XYZ sebanyak total 250 responden.

Ada pun operasionalisasi konsep dan variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Kepuasan Mahasiswa adalah rasa senang dengan apa yang diterima selama perkuliahan, mulai dari registrasi sampai nilai keluar. Kepuasan mahasiswa ini akan dilihat dari dua dimensi sbb:

Kualitas Informasi adalah informasi yang diterima mahasiswa, yang ditanyakan terkait akurasi (lengkap, benar, pasti), tepat waktu, relevan, dan ekonomis.

Kualitas Layanan adalah pelayanan yang dirasakan mahasiswa dalam keseluruhan proses perkuliahan.

Hasil Penelitian

Kualitas Informasi

Berdasarkan temuan penelitian dan pengolahan data yang layak dibuka ke publik, berikut ini adalah temuan atas kualitas informasi dari kacamata responden:

- a. 75% responden puas terhadap informasi proses pembayaran uang kuliah.
- b. 64% responden puas atas kejelasan informasi terkait besaran tagihan.
- c. 84% responden puas karena informasi mengenai tagihan yang sudah dibayar tidak ditagih kembali
- d. 67% responden puas terhadap proses informasi batal/tambah.
- e. 77% responden puas terhadap informasi dan layanan PA.
- f. 64% responden puas terhadap informasi kebijakan yang konsisten/tidak berubah
- g. 82% responden puas atas informasi terkait nilai yang akurat/nilai tidak berubah.
- h. 81% responden puas terkait keakuratan informasi kelas atau matakuliah tidak bentrok.
- i. 84% responden puas karena jadwal/waktu perkuliahan yang tidak berubah.
- j. 83% responden puas karena ruang kelas yang tidak berubah-ubah
- k. 86% responden puas tentang informasi ada atau tidak adanya dosen/perkuliahan
- l. 82% responden puas atas muatan informasi terkait penguasaan materi kuliah dosen

- m. 81% responden puas terhadap muatan informasi terkait perkuliahan online.
- n. 88% responden puas terhadap muatan informasi terkait perkuliahan tatapmuka.
- o. 82% responden puas terkait kecepatan pengumuman hasil/nilai ujian.

Kualitas Layanan

Berdasarkan temuan penelitian dan mengacu kepada data yang layak dibuka ke publik dapat dinyatakan bahwa:

- a. 59% responden puas terhadap kemampuan petugas dalam menyelesaikan masalah.
- b. 64% responden puas terhadap keramahan petugas dalam memberikan layanan.
- c. 74% responden puas terhadap kecepatan petugas dalam memberikan layanan.
- d. 70% responden puas terhadap kemampuan petugas berbicara dengan bahasa yang jelas.
- e. 50% responden puas terhadap kemampuan petugas memahami kebutuhan mahasiswa
- f. 52% responden puas dalam mengenali kejelasan identitas petugas.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang layak dipublikasikan terbuka, dapat disimpulkan dan direkomendasikan:

- 1) Terkait kualitas informasi, responden menilai bahwa yang paling membuat mereka tidak puas (36%) adalah informasi yang terkait dengan kejelasan besar tagihan. Nilai yang sama diberikan responden pada informasi/kebijakan kampus yang sering berubah dan tidak uptodate. Dari sini terlihat bahwa besaran tagihan yang tidak konsisten sangat mengganggu responden. Disarankan agar kejelasan tagihan menjadi perhatian utama dari unit DKS. Selain itu, dalam prosentase penilaian yang sama, ketidakkonsistenan/kebijakan yang berubah-ubah juga sangat mengganggu kepuasan responden.
- 2) Terkait kualitas layanan, maka yang paling menimbulkan ketidakpuasan adalah dalam hal kemampuan petugas dalam memahami kebutuhan mahasiswa. Sehingga disarankan agar petugas dapat lebih berempati pada keinginan dan kebutuhan responden.

Daftar Pustaka

- Aritonang, R Lerbin. (2005). *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisaan Dengan SPSS*, (edisi pertama). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jogiyanto, HM. (2005). *Analisis & Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur, Teori, dan Aplikasi Bisnis*, (Edisi Ketiga). Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto, HM. (2007). *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- O'Brien, James A. (2005). *Introduction to Information System (12th Edition)*. McGraw.
- Parasuraman, A, V.A. Zeithami and L.L Berry, (1988). *A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64, p.12-40.
- Pasuraman, Zeithmal dan Berry. (1991). *Delivering Service Quality*, New York: Fress Press.
- Vardiansyah, Dani. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia.