

Management Insight

Jurnal Ilmiah Manajemen

Azizan Paula
Paulus Suluk Kananlua

Perbedaan *Abnormal Return* dan *Trading Volume Activies* Saham Sebelum dan Sesudah *Reverse Split*

Supardi

Pengaruh Program Pemasaran dan Anggaran Biaya Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada BUMNIS

Helvonny Mahrina

Variabel-Variabel yang Mempengaruhi *Deviden Payout Ratio* Pada Industri Perbankan di Bursa Efek Indonesia

Lizar Alfansi
Ferry Tema Atmaja
Seprianti Eka Putri
Rina Suthia Hayu

Kualitas Pelayanan Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu

Chairil Afandy

Pengaruh Karakter Fisik dan Lokasi Terhadap Nilai Properti Residensial (Studi Kasus di Kota Bengkulu)

Iskandar Zulkarnain

Akurasi Peramalan Harga Saham dengan Model ARIMA dan Kombinasi *Main Chart + Ichimoku Chart*

Apdan Jayadi
Syamsul Bachri

Aplikasi *Six Sigma* dalam Evaluasi Kualitas Pelayanan Jasa: Studi Empiris pada PT Bank Negara Indonesia Cabang Bengkulu

Rahmad Rhidho
Sri Adji Prabawa

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Price Earning Ratio* Saham Perusahaan Manufaktur

Syaiful Anwar AB

Studi Kualitatif Tentang Perubahan Penyajian (*Display Change*) Pada Restoran di Kota Bengkulu

Ari Bermin
Seprianti Eka Putri

Kajian Perilaku Konsumen Green Product Ditinjau dari Moderating Variable Green Brand Equity

Febzy Fiona
Trisna Murni

Analisis Kualitas Jasa Lembaga Pendidikan Talenta Bengkulu dengan Pendekatan QFD

Anggri Puspita Sari

Pola Perilaku Perpindahan Mata Pencaharian Pada Komunitas Nelayan Kawasan Pesisir Kota Bengkulu

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi
Universitas Bengkulu

Management Insight

Jurnal Ilmiah Manajemen

ISSN 1978-3884



Penanggung-jawab : Dr. Ridwan Nurazi, SE., M.Sc., Ak.

Ketua Dewan Editor : Dr. Fahrudin JS Pareke, SE., M.Si.

Dewan Editor : 1. Dr. Drs. Syaiful Anwar AB., SU.
2. Dr. Kamaludin, SE., MM.
3. Dr. Efed Dartta Hadi, SE., MBA.
4. Dr. Drs. Darmansyah, MM.

Dewan Pakar:

- | | |
|---|--|
| 1. Prof. Lizar Alfansi, SE., MBA., Ph.D. | Universitas Bengkulu |
| 2. Prof. Dr. H. Suryana Sumantri, S.Psi., MT. | Universitas Padjadjaran Bandung |
| 3. Prof. Dr. H. Moeljadi, SE., M.Si., M.Sc. | Universitas Brawijaya Malang |
| 4. Asmai Ishak, M.Bus., Ph.D. | Universitas Islam Indonesia Yogyakarta |
| 5. Yunizar, SE., M.Sc., Ph.D. | Universitas Padjadjaran Bandung |
| 6. Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D | Universitas Islam Indonesia Yogyakarta |
| 7. Slamet Widodo, SE., MS., Ph.D. | Universitas Bengkulu |
| 8. Dr. Suherman, SE., M.Si. | Universitas Negeri Jakarta |
| 9. Dr. Suharnomo, SE., M.Si. | Universitas Diponegoro Semarang |
| 10. Dr. Ansir, SE., M.Si. | Universitas Haluuleo Kendari |

Sekretaris Administrasi : Rina Suthia Hayu, SE., MM.

Staf Administrasi : 1. Sefrianti Eka Putri, SE., M.Si.
2. Anggri Puspita Sari, SE., M.Si.

Alamat Redaksi:

Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu
Jl. WR. Supratman, Kota Bengkulu
Telpon 0736-21170

Management Insight

Jurnal Ilmiah Manajemen

ISSN 1978-3884



Volume 7, Nomor 1, April 2012

Perbedaan <i>Abnormal Return</i> dan <i>Trading Volume Activies</i> Saham Sebelum dan Sesudah <i>Reverse Split</i> <i>Azizan Paula & Paulus Suluk Kananlua</i>	1 – 11
Pengaruh Program Pemasaran dan Anggaran Biaya Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada BUMNIS <i>Supardi</i>	12 – 22
Variabel-Variabel yang Mempengaruhi <i>Deviden Payout Ratio</i> Pada Industri Perbankan di Bursa Efek Indonesia <i>Helvonny Mahrina</i>	23 – 31
Kualitas Pelayanan Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu <i>Lizar Alfansi, Ferry Tema Atmaja, Seprianti Eka Putri, & Rina Suthia Hayu</i>	32 – 45
Pengaruh Karakter Fisik dan Lokasi Terhadap Nilai Properti Residensial (Studi Kasus di Kota Bengkulu) <i>Chairil Afandy</i>	46 – 58
Akurasi Peramalan Harga Saham dengan Model ARIMA dan Kombinasi <i>Main Chart + Ichimoku Chart</i> <i>Iskandar Zulkarnain</i>	59 – 70
Aplikasi <i>Six Sigma</i> dalam Evaluasi Kualitas Pelayanan Jasa: Studi Empiris pada PT Bank Negara Indonesia Cabang Bengkulu <i>Apdan Jayadi & Syamsul Bachri</i>	71 – 84
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Price Earning Ratio</i> Saham Perusahaan Manufaktur <i>Rahmad Rhidho & Sri Adji Prabawa</i>	85 – 97
Studi Kualitatif Tentang Perubahan Penyajian (<i>Display Change</i>) Pada Restoran	98 – 108

di Kota Bengkulu

Syaiful Anwar AB.

Kajian Perilaku Konsumen *Green Product* Ditinjau dari *Moderating Variable*
Green Brand Equity 109 – 118

Ari Bermin & Seprianti Eka Putri

Analisis Kualitas Jasa Lembaga Pendidikan Talenta Bengkulu dengan
Pendekatan QFD 119 – 128

Febzy Fiona & Trisna Murni

Pola Perilaku Perpindahan Mata Pencaharian Pada Komunitas Nelayan
Kawasan Pesisir Kota Bengkulu 129 – 137

Anggri Puspita Sari

Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu
Jl. WR. Supratman, Kota Bengkulu
Telpon 0736-21170

KUALITAS PELAYANAN PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BENGKULU

Lizar Alfansi, Ferry Tema Atmaja, Seprianti Eka Putri, Rina Suthia Hayu

Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu

ABSTRACT. *This research aims to determine the consumer decision-making process, particularly with respect to the evaluation of the attributes that can influence decisions Unib MM studies, determine the performance of services and level of student satisfaction Unib MM. The sampling technique is carried out using nonprobability sampling techniques, namely accidental sampling. The study design used was qualitative, with analysis tools and content analysis of descriptive statistics. The results of students known to the decision making process associated with attributes that influence the decision. MM overall service quality according to students is good. Based on the five dimensions of service quality, the highest valuation is responsiveness and empathy. Regarding the cost of education, most students agreed that the cost of education Unib MM competitive with the cost of education from other colleges MM program. Similarly to the level of student satisfaction of MM services are satisfied. Efforts to develop a curriculum that must be performed regularly adjusted to the demands of the labor market. Standardization of services and internal evaluation of each semester to be done to improve service performance. Through the results of this study are expected to provide input for the graduate program to improve service performance continuously.*

Key Words: *Services Quality; Students Satisfaction; Graduate Program*

PENDAHULUAN

Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitasnya agar dapat unggul di pasar. Kenyataan yang terjadi tidaklah demikian, di mana cukup banyak industri jasa yang masih berfokus pada keuntungan jangka pendek dan mengabaikan kualitas pelayanannya. Beberapa alasan yang menghambat perbaikan manajemen kualitas seperti biaya yang mahal, tidak adanya intensif langsung, dan kurangnya pemahaman bagaimana cara mengantisipasi dan merespon kegagalan jasa sehingga pelanggan tidak pindah ke pesaing dan tetap setia terhadap perusahaan.

Hal yang penting dan bermanfaat dalam penyediaan jasa yang berkualitas yaitu mendisain dan mengimplementasikan program yang dapat menjamin bahwa pelanggan puas dengan kualitas jasa yang telah diberikan. Faktor utama yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas penyediaan jasa yaitu *number* (banyaknya/jumlahnya), dan *extent* (perluasan) atas permasalahan yang mereka temui serta bagaimana mereka menangani permasalahan melalui penyedia jasa itu (Colgate dan Norris, 2001), sehingga perusahaan jasa selalu bersaing di dalam memberikan kualitas dan pelayanan jasa yang terbaik untuk memperebutkan pelanggan.

Sebagai institusi jasa yang bergerak di bidang pendidikan, aspek kualitas layanan menjadi penting untuk eksistensi MM Unib hingga masa mendatang. Rapert dan Wren (1998) membuktikan kualitas pelayanan yang baik merupakan keunggulan bersaing secara berkelanjutan dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di masa mendatang. Pendapat lainnya, Fodness dan Murray (2007) menjelaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang berpijak pada *customer-driven* tidak hanya mempengaruhi persepsi pelanggan, namun juga mempengaruhi daya tarik perusahaan secara keseluruhan dari para pesaingnya.

Beberapa studi menunjukkan bahwa memuaskan pelanggan saja tidaklah cukup, karena tidak ada jaminan bahwa pelanggan yang puas akan kembali membeli lagi. Kepuasan pelanggan harus distimulus oleh perusahaan menjadi upaya untuk mempertahankan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa mempertahankan pelanggan adalah suatu hal yang paling penting terhadap kesetiaan bisnis (Reichheld dalam Roos; 1999). Kepuasan pelanggan merupakan suatu perbandingan antara jasa yang dirasakan dengan yang diprediksi sebelum jasa tersebut dibeli dan dikonsumsi. Banyak studi yang telah dilakukan menunjukkan kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat kondusif bagi terciptanya kesetiaan pelanggan. Memiliki pelanggan yang setia memungkinkan sebuah perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan-hubungan pelanggan jangka panjang (Zeithaml dan Bitner, 2000). Selain itu, dikarenakan juga biaya untuk mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan.

Upaya dalam meretensi pelanggan dari persaingan yang semakin ketat adalah pemahaman yang baik mengenai kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi pelanggan secara tepat. Karena karakteristik jasa yang unik, salah satunya *intangibility*, perusahaan mengalami kesulitan dalam memahami proses evaluasi yang dilakukan konsumen (Zeithaml, 1981 dikutip dalam Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985). Beberapa peneliti (Cronin & Taylor, 1992; Joseph, McClure, & Joseph, 1999; McDougall & Levesque, 1994; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) berupaya untuk mendapatkan gambaran mengenai pengukuran dimensi kualitas pelayanan yang prima.

Gronroos (2001) menyatakan bahwa ada tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas pelayanan, yakni *outcome related*, *process related*, dan *image related criteria*. Hal ini mengandung makna bahwa kualitas jasa sangat bertalian dengan output yang dihasilkan, proses dari jasa yang dihasilkan, dan *image* atas jasa itu sendiri. Dalam pengukuran kualitas jasa, disain yang digunakan adalah menggunakan pendekatan konsep kesenjangan (*gap concept*) dan dimensi kualitas jasa (Wisniewski dan Wisniewski, 2005). Dalam bentuk originalnya (Parasuraman, 1985), pengukuran kualitas jasa (Servqual) terdiri dari lima dimensi kualitas jasa, yakni keberwujudan (*tangibles*), daya handal (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan empati.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu salah satu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu (Malhotra, 2005). Studi deskriptif dilakukan untuk memastikan dan menggambarkan karakteristik dari variabel yang terkait dengan penelitian (Sekaran, 2003). Tingkat Interaksi dalam penelitian ini bersifat rendah, sebab hubungan interaksi antara

peneliti dengan responden memiliki keterkaitan yang kurang intensif. Unit analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu individu. Waktu pengamatan dilakukan secara *cross-sectional* yaitu pengamatan yang dapat dikerjakan dengan mengumpulkan data hanya dalam satu waktu saja.

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data tersebut diperoleh langsung dari objek penelitian melalui penyebaran kuisioner terstruktur kepada responden. Pengumpulan data dilakukan selama bulan Oktober 2011 di sekitar gedung MM Unib. Untuk memperoleh tingkat pengembalian kuisioner yang tinggi, peneliti meminta kesediaan responden untuk mengisi kuisioner saat itu juga. Responden membutuhkan waktu sekitar 10-15 menit untuk mengisi kuisioner.

Populasi dan Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa MM Unib yang melakukan registrasi hingga September 2011, yakni 270 mahasiswa. Karena cukup sulit untuk dilakukan sensus, penelitian ini menggunakan sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan tidak acak (*non probability sampling*). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Informasi mengenai populasi penelitian dan sample penelitian dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1
Populasi dan sampel penelitian

Mahasiswa Angkatan	Populasi	Sampel
XVII	29	2
XVIII	39	49
XIX	72	28
XX	59	42
XXI	71	32
Jumlah	270	153

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sesuai dengan disain penelitian kualitatif, alat analisis yang akan digunakan adalah *content analysis* dan statistik deskriptif. *Content analysis* akan digunakan untuk menafsirkan data dari hasil penyebaran kuisioner.

HASIL PENELITIAN

Keputusan Memilih Program Pascasarjana Magister Manajemen Unib

Hal penting yang perlu dilakukan oleh pengelola Program Pascasarjana Magister Manajemen Unib adalah memahami perilaku pembuatan keputusan konsumennya. Keputusan strategis baik bersifat jangka pendek maupun jangka panjang dapat dilakukan berdasarkan analisis perilaku konsumen demi mempertahankan eksistensi institusi dalam iklim kompetisi yang semakin ketat.

Keputusan pembelian konsumen diawali dengan pengenalan kebutuhan. Pengenalan kebutuhan pada hakikatnya tergantung pada banyaknya ketidaksesuaian antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan. Hasil pengenalan kebutuhan

akan mendorong konsumen berperilaku lebih jauh untuk pemecahan masalah jika kebutuhan yang dikenali cukup penting dan pemecahan kebutuhan tersebut dalam batas kemampuannya. Konsumen yang menyadari adanya kebutuhan akan mencari informasi dan kemudian memroses informasi untuk mengevaluasi alternatif yang ada dan memilih satu atau beberapa alternatif terbaik.

Berdasarkan penyebaran kuisioner kepada 153 responden, sebanyak 121 responden menyatakan kesediaannya untuk memberikan jawaban. Responden diminta untuk memilih tiga atribut/faktor dari sembilan atribut yang dijadikan dalam pembuatan keputusan melanjutkan pendidikan di MM Unib.

Tabel 3.1a menunjukkan sebaran pilihan I responden dalam pembuatan keputusan melanjutkan pendidikan di MM Unib. Semua atribut dipilih oleh responden dengan tingkat distribusi pilihan yang berbeda-beda. Atribut yang menjadi pilihan mayoritas responden (34,7%) adalah mendukung jenjang karir di masa mendatang. Hal ini dikarenakan sebagian besar mahasiswa MM Unib telah bekerja baik di sektor pemerintah maupun swasta. Bagi mahasiswa yang bekerja di sektor pemerintahan, pendidikan strata dua merupakan syarat yang harus dipenuhi untuk menduduki jabatan eselon dua. Di tengah-tengah sorotan masyarakat terhadap citra buruk pelayanan publik para aparatur negara dan tuntutan masyarakat agar penyelenggaraan negara lebih transparan dan akuntabel, SDM yang berkualitas menjadi hal yang krusial. Dengan keterampilan manajerial yang lebih baik, perencanaan program kerja institusi pemerintahan dan implementasinya dapat dirasakan dan bermanfaat secara nyata bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Bagi mahasiswa yang bekerja di sektor swasta, tuntutan persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membutuhkan SDM yang mampu membuat perencanaan strategis yang tepat dan mengimplementasikannya secara efektif dan efisien. Melalui pendidikan formal, kemampuan mahasiswa diasah untuk lebih kritis, kreatif, komprehensif, dan adaptif terhadap perubahan lingkungan melalui proses pembelajaran di kelas.

Tabel 3.1a.
Atribut-atribut yang menjadi pilihan I responden

Pilihan I Responden	Jumlah	Persentase
Mendukung jenjang karir saya di masa mendatang	42	34,7%
Terakreditasi B	17	14,0%
Program S1 saya adalah Sarjana Ekonomi	17	14,0%
Janji MM bahwa mahasiswa dapat lulus dalam kurun waktu 14 bulan	16	13,2%
Reputasi MM yang baik	9	7,4%
Biaya pendidikan yang terjangkau	8	6,6%
Kualitas dosen yang baik	5	4,1%
Rekomendasi dari teman atau keluarga	5	4,1%
Gedung dan Fasilitas yang baik	2	1,7%
Total	121	100,0%

Atribut kedua yang menjadi pilihan I responden adalah MM telah terakreditasi B menurut BAN PT Kemendiknas. Bagi MM, status terakreditasi B merupakan bentuk pengakuan pemerintah sebagai regulator terhadap penyelenggaraan dan pengelolaan pendidikan yang baik. Secara berkala, pemerintah akan melakukan evaluasi kepada setiap institusi pendidikan agar masyarakat memperoleh jaminan pendidikan yang berkualitas. Namun kenyataan di lapangan tidak sedikit institusi pendidikan yang tidak bertanggung jawab menawarkan berbagai program pendidikan dengan

memperjualbelikan ijazah, penyelenggaraan pendidikan yang ilegal atau tidak mendapatkan izin dari pemerintah, maupun penyelenggaraan pendidikan yang tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Karena ketidaktahuan maupun akses informasi yang terbatas mengenai institusi penyelenggara pendidikan, tidak sedikit masyarakat yang tertipu dan merasa dirugikan oleh aktivitas institusi pendidikan yang “nakal” maupun ilegal. Oleh karena itu, mahasiswa mempertimbangkan legalitas penyelenggara pendidikan agar di masa mendatang tidak mengalami kesulitan seperti pengajuan kenaikan pangkat maupun jabatan.

Mengenai atribut yang menjadi pilihan kedua dan ketiga responden, hasilnya tidak jauh berbeda dengan atribut yang menjadi pilihan pertama responden namun pola distribusi jawabannya lebih merata dibandingkan dengan pilihan pertama. Tabel 3.1b dan Tabel 3.1c menunjukkan distribusi jawaban dari responden.

Tabel 3.1b.
Atribut-atribut yang menjadi pilihan II responden

Pilihan II Responden	Jumlah	Persentase
Mendukung jenjang karir saya di masa mendatang	26	21,5%
Reputasi MM yang baik	24	19,8%
Janji MM bahwa mahasiswa dapat lulus dalam kurun waktu 14 bulan	20	16,5%
Terakreditasi B	19	15,7%
Kualitas dosen yang baik	15	12,4%
Biaya pendidikan yang terjangkau	7	5,8%
Rekomendasi dari teman atau keluarga	5	4,1%
Program S1 saya adalah Sarjana Ekonomi	3	2,5%
Gedung dan Fasilitas yang baik	2	1,7%
Total	121	100,0%

Tabel 3.1c
Atribut-atribut yang menjadi pilihan III responden

Pilihan III Responden	Jumlah	Persentase
Reputasi MM yang baik	25	20,7%
Mendukung jenjang karir saya di masa mendatang	18	14,9%
Terakreditasi B	16	13,2%
Biaya pendidikan yang terjangkau	16	13,2%
Program S1 saya adalah Sarjana Ekonomi	13	10,7%
Janji MM bahwa mahasiswa dapat lulus dalam kurun waktu 14 bulan	12	9,9%
Kualitas dosen yang baik	6	5,0%
Gedung dan Fasilitas yang baik	5	4,1%
Rekomendasi dari teman atau keluarga	4	3,3%
Total	115	100,0%

Kualitas Pelayanan Penyelenggaraan Pendidikan MM Unib

Penilaian kualitas pelayanan penyelenggaraan pendidikan MM Unib berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985). Dimensi kualitas pelayanan mencakup *tangibility* (keberwujudan),

emphaty (empati), *reability* (daya handal), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan).

Keberwujudan (Tangibility)

Karakteristik jasa yang tidak berwujud cukup mempersulit konsumen untuk menilai kualitas jasa sebelum mereka memiliki pengalaman konsumsi jasa tersebut. Salah satu cara yang dapat dilakukan konsumen dalam menilai jasa adalah menilai fasilitas fisik yang mendukung selama proses jasa tersebut.

Dalam penelitian ini, fasilitas fisik mencakup delapan hal yang dianggap penting dalam menunjang proses pembelajaran (lihat Tabel 4.2). Penilaian mahasiswa terhadap kualitas dimensi keberwujudan berada pada kategori baik (4,49). Indikator yang mendapatkan penilaian tertinggi mencakup kerapian dosen dalam berpakaian (T1), ruang kuliah yang nyaman (T2), dan peralatan mengajar (*teaching media*) yang memadai (T3). Karena kondisi ruangan yang nyaman (ber-AC, meja, dan kursi) dan ketersediaan *teaching media* yang memadai, sebagian perkuliahan mahasiswa strata satu secara *resource sharing* diberikan kesempatan memanfaatkan fasilitas tersebut. Hal sebaliknya yang perlu mendapatkan perhatian dari pengelola MM adalah ketersediaan buku dan bahan kuliah lainnya yang dinilai mahasiswa dalam kategori cukup baik (T6). Peningkatan dalam kualitas maupun kuantitas buku dan bahan kuliah lainnya perlu dilakukan dengan meningkatkan alokasi anggaran belanja buku dan bahan kuliah lainnya. Indikator lainnya yang juga perlu diperhatikan adalah penerangan di sekitar gedung MM (T7), khususnya pada malam hari dan kebersihan toilet (T8). Beberapa kasus pencurian motor dan mobil yang seringkali terjadi di kota Bengkulu maupun di sekitar Unib cukup meresahkan masyarakat. Salah satu upaya pencegahan pencurian dapat dilakukan dengan penerangan yang memadai, khususnya di tempat parkir.

Tabel 4
Penilaian mahasiswa mengenai kualitas keberwujudan (fasilitas fisik)

No	Indikator Keberwujudan	Mean
T1	Dosen berpakaian rapi	4,90
T2	Ruang perkuliahan yang nyaman	4,88
T3	Fasilitas/peralatan pengajaran yang memadai	4,65
T4	Kebersihan di sekitar gedung MM terjaga dengan baik	4,57
T5	Akses internet (<i>hotspot</i>) yang memadai (khusus bagi mahasiswa yang pernah menggunakan <i>hotspot</i> di gedung MM)	4,34
T6	Buku dan bahan kuliah lainnya yang tersedia di perpustakaan MM sudah memadai untuk menunjang proses pembelajaran mahasiswa	4,30
T7	Penerangan di sekitar gedung MM yang memadai	4,27
T8	Kebersihan toilet terjaga dengan baik	3,97
Mean Keseluruhan Dimensi Keberwujudan		4,49

Empati

Keunikan jasa dalam proses produksi jasa terjadi dari interaksi antara karyawan dan pelanggan. Hal ini berbeda dengan produk manufaktur di mana proses produksi dilakukan di pabrik. Karena proses produksi dilakukan melalui interaksi kedua belah pihak, sikap karyawan yang empati menentukan kualitas jasa tersebut.

Dalam penelitian ini, dimensi empati mencakup delapan indikator (lihat Tabel 4). Pihak yang dinilai oleh mahasiswa meliputi dosen yang memberikan materi kuliah, dosen pembimbing tesis (khusus bagi responden yang sedang menulis tesis),

pengelola, dan karyawan bagian administrasi keuangan dan akademik. Penilaian mahasiswa terhadap dimensi empati secara simultan berada dalam kategori baik (4.85). Secara parsial, kedelapan indikator empati juga masuk dalam kategori baik. Indikator yang mendapat penilaian tertinggi adalah keramahan bagian administrasi keuangan dan akademik (E1) dan kesediaan dosen pembimbing membantu mahasiswa dalam penulisan tesis (E2). Komunikasi yang terjadi antara dosen, mahasiswa, pengelola MM, dan karyawan juga mendapat penilaian yang tinggi (E3). Proses interaksi dan komunikasi yang berjalan dengan baik akan meningkatkan atmosfer akademik yang kondusif.

Tabel 5
Penilaian mahasiswa mengenai empati

No	Indikator Empati	Mean
E1	Karyawan bagian administrasi keuangan dan akademik melayani mahasiswa dengan ramah	5,05
E2	Dosen pembimbing tesis saya bersedia membantu saya apabila saya mengalami kesulitan selama proses penulisan tesis (Khusus bagi mahasiswa yang sedang/sudah menyusun tesis).	5,05
E3	Komunikasi yang terjalin dengan baik antara mahasiswa, dosen, pengelola/pimpinan MM, dan karyawan.	4,93
E4	Ketika saya membutuhkan pelayanan dari karyawan bagian administrasi keuangan dan akademik, karyawan selalu ada di tempat	4,87
E5	Pelayanan kepada mahasiswa secara adil, tanpa memandang status sosial, suku/ras, golongan, dan usia.	4,84
E6	Pengelola/pimpinan MM bersikap arif dalam setiap keputusan yang dibuatnya	4,82
E7	Dosen bersikap empati kepada mahasiswa yang membutuhkan bantuan yang berkaitan dengan proses perkuliahan	4,77
E8	Ketika saya ingin bertemu dengan pihak pengelola/Pimpinan, mereka selalu ada di tempat.	4,59
Mean Keseluruhan Dimensi Empati		4,85

Daya Handal (Reliability)

Kehandalan jasa merupakan bagian terpenting dari jasa tersebut. Dalam konteks ini, kehandalan merupakan bentuk/tindakan perusahaan untuk dapat memenuhi janji yang telah disampaikan kepada pelanggannya. Kehandalan yang ditanyakan kepada responden mencakup 11 indikator (lihat Tabel 6). Penilaian yang dilakukan responden mencakup keseluruhan proses perkuliahan yang dimulai dari penyelenggaraan martikulasi, penyelenggaraan perkuliahan, kurikulum, perkuliahan bahasa Inggris, hingga proses bimbingan tesis. Objek yang dinilai mencakup dosen MM, dosen tamu, dan dosen pembimbing tesis.

Penilaian mahasiswa terhadap dimensi kehandalan secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik (4,79). Hal ini membuktikan bahwa kesanggupan pihak MM untuk memenuhi janji sebagai institusi pendidikan yang dapat memberikan pelayanan prima kepada mahasiswanya. Dari keseluruhan indikator kehandalan apabila ditinjau secara parsial, masing-masing indikator sudah dalam kategori baik, kecuali proses pembelajaran bahasa Inggris yang kinerjanya dalam kategori cukup baik (Rb11).

Selain reputasi MM (Rb1), proses perkuliahan martikulasi (Rb2) mendapatkan penilaian yang tertinggi dalam dimensi kehandalan. Perkuliahan martikulasi merupakan kebijakan yang tepat karena sebagian mahasiswa MM berlatar-belakang pendidikan non-manajemen. Martikulasi ditujukan untuk menyamakan persepsi dan pengenalan bidang ilmu manajemen bagi mahasiswa berlatar-belakang non-manajemen sehingga ketika proses perkuliahan dimulai, para mahasiswa tidak mengalami kendala yang berarti. Metode pengajaran yang dilakukan dosen (Rb3) juga mendapatkan penilaian yang tinggi. Dengan contoh-contoh kasus terkini, mahasiswa diajak berdiskusi sehingga sangat membantu mahasiswa di dalam memahami esensi materi yang disampaikan.

Tabel 6
Penilaian mahasiswa mengenai daya handal

No	Indikator Daya Handal	Mean
Rb1	MM memiliki reputasi yang baik	5,04
Rb2	Pelaksanaan perkuliahan martikulasi bermanfaat bagi saya	4,94
Rb3	Dosen mengajarkan materi kuliah yang disertai dengan contoh kasus nyata yang sesuai dengan perkembangan terbaru saat ini	4,90
Rb4	Proses pembimbingan tesis yang sedang saya jalani berjalan dengan lancar (Khusus bagi mahasiswa yang sedang/sudah menyusun tesis).	4,87
Rb5	Dosen yang mengajar di MM memiliki kualitas yang baik	4,85
Rb6	Materi perkuliahan yang disampaikan oleh dosen sesuai dengan rencana perkuliahan	4,81
Rb7	Kurikulum (matakuliah) yang ditawarkan banyak yang relevan dengan perencanaan karir saya untuk menduduki jabatan manajerial.	4,80
Rb8	Perkuliahan Field Study (Study Tour) ke Universitas lainnya perlu dilaksanakan sebagai bagian dari proses perkuliahan.	4,72
Rb9	Dosen menerapkan strategi pembelajaran yang menarik sehingga dapat meningkatkan keingintahuan dan kemampuan berpikir mahasiswa	4,68
Rb10	Dosen tamu (Dosen yang berasal dari luar Universitas Bengkulu) menjadikan proses perkuliahan menjadi lebih menarik	4,68
Rb11	Proses pembelajaran bahasa Inggris dilakukan dengan baik oleh pihak pengelola UPT Bahasa Inggris (Khusus bagi mahasiswa yang telah mengikuti Kursus Bahasa Inggris)	4,28
Mean Keseluruhan Dimensi Daya Handal		4,79

Daya Tanggap

Kecepatan daya tanggap merupakan bagian yang penting dalam proses pelayanan jasa. Dalam penelitian ini, daya tanggap mencakup empat indikator yang berkaitan dan mewakili proses pelayanan administrasi keuangan dan akademik, proses perkuliahan, proses pembimbingan tesis, dan tanggapan keluhan mahasiswa (lihat Tabel 7)

Penilaian mahasiswa terhadap keseluruhan dimensi daya tanggap termasuk dalam kategori baik (4,90). Penilaian ini juga berlaku untuk masing-masing indikator secara terpisah. Penilaian mahasiswa untuk indikator tertinggi adalah daya tanggap dosen pembimbing tesis (Rs1) dan daya tanggap pengelola MM untuk memberikan informasi terbaru kepada mahasiswa (Rs2). Baiknya daya tanggap dosen pembimbing tesis tidak terlepas dari komunikasi pengelola MM dengan para dosen. Setiap awal

perkuliahan selalu diadakan rapat pengelola MM dengan para dosen. Selain itu, penetapat dosen pembimbing yang dilakukan pengelola berdasarkan kompetensi dosen dengan topik yang diambil oleh mahasiswa. Pihak pengelola akan menjembatani setiap permasalahan yang dihadapi mahasiswa dan dosen pembimbing untuk mendapatkan solusi terbaik di kedua belah pihak.

Tabel 7
Penilaian mahasiswa mengenai daya tanggap (*responsiveness*)

No	Indikator Daya Tanggap	Mean
Rs1	Dosen pembimbing tesis mudah dihubungi ketika saya ingin membuat janji pembimbingan (Khusus bagi mahasiswa yang sedang/sudah menyusun tesis)	5,07
Rs2	Pengelola MM selalu memberikan informasi dan perkembangan terbaru (melalui sms, maupun pengumuman) berkaitan dengan proses perkuliahan.	4,99
Rs3	Pelayanan administrasi keuangan dan akademik yang tidak berbelit-belit	4,93
Rs4	Keluhan yang disampaikan mahasiswa ditanggapi secara cepat oleh pengelola/pimpinan MM	4,70
Mean Keseluruhan Dimensi Daya Tanggap		4,90

Jaminan (*Assurance*)

Jaminan memberikan rasa aman dan meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa selama mengikuti proses pendidikan. Dalam penelitian ini, jaminan mencakup lima indikator (lihat Tabel 8). Penilaian jaminan secara keseluruhan yang dilakukan mahasiswa termasuk dalam kategori baik. Begitu juga sebaliknya, penilaian mahasiswa untuk masing-masing indikator secara terpisah termasuk dalam kategori baik.

Penilaian tertinggi yang diberikan mahasiswa adalah pengelola MM memberikan solusi terbaik bagi mahasiswa yang mengalami kendala perkuliahan (A1). Sebagai contoh ketika mahasiswa tidak dapat mengikuti perkuliahan karena mahasiswa mendapatkan tugas perjalanan dinas keluar kantor, pihak pengelola memberikan ijin. Hal ini bukan merupakan suatu bentuk kelonggaran/dispensasi. Peraturan akademik tetap harus dipatuhi oleh setiap mahasiswa. Solusi terbaik bagi mahasiswa adalah mereka tetap dapat memenuhi tugas perjalanan dinas kantor namun mereka harus mengganti perkuliahan yang tidak dapat mereka hadiri.

Tabel 8
Penilaian mahasiswa mengenai jaminan

No	Indikator Jaminan	Mean
A1	Pengelola MM memberikan solusi terbaik kepada mahasiswa yang mengalami masalah berkaitan dengan proses perkuliahan	4,79
A2	Dosen objektif dalam memberikan nilai akhir kepada mahasiswa	4,78
A3	Sikap dosen meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa dalam proses perkuliahan	4,75
A4	Dosen mampu menjawab pertanyaan mahasiswa secara jelas	4,72
A5	Parkir kendaraan yang aman di sekitar MM	4,35
Mean Keseluruhan Dimensi Jaminan		4,68

Kepuasan Mahasiswa dan Kualitas Pelayanan

Sebanyak 127 responden dari 153 responden yang ada bersedia untuk menjawab pertanyaan mengenai tingkat kepuasan mereka terhadap penyelenggaraan pendidikan MM. Setelah data dikumpulkan dan ditabulasi, sebanyak 53,5% (68 responden) menyatakan bahwa mereka puas dengan penyelenggaraan pendidikan di MM dan sebanyak 33,1% menyatakan dirinya cukup puas (lihat Tabel 9). Mahasiswa yang menyatakan dirinya tidak puas jumlahnya sangat sedikit, yakni kurang dari 3% (3 responden). Banyaknya mahasiswa yang puas dengan penyelenggaraan MM tidak terlepas dari dukungan dan komitmen dari selingkung program MM yang meliputi pengelola, dosen, dan karyawan untuk memberikan pelayanan prima kepada mahasiswa (lihat Tabel 9).

Tabel 9
Tingkat Kepuasan Mahasiswa MM

Kepuasan Responden	Jumlah	Persentase
Sangat Puas	14	11,0%
Puas	68	53,5%
Cukup Puas	42	33,1%
Kurang Puas	2	1,6%
Tidak Puas	1	0,8%
Sangat Tidak Puas	0	0,0%
Total	127	100,0%

Berdasarkan Tabel 9, Keseluruhan dimensi kualitas pelayanan yang dinilai oleh responden berada dalam kategori baik. Dimensi kualitas pelayanan yang mendapat penilaian tertinggi adalah dimensi daya tanggap dan empati. Hal ini tidak terlepas dari interaksi dan komunikasi yang baik antara pihak pengelola, dosen, karyawan dengan para mahasiswa. Setiap permasalahan yang dihadapi oleh mahasiswa akan dicarikan solusi yang terbaik oleh pihak pengelola. Sebaliknya, dimensi keberwujudan berada pada posisi terbawah dari lima dimensi kualitas pelayanan. Dalam bisnis jasa, dimensi keberwujudan merupakan unsur penunjang sedangkan inti dari jasa terletak pada proses jasa itu sendiri.

Tabel 10
Kualitas Pelayanan MM

Kualitas Pelayanan	Mean	Kategori
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,90	Baik
Empati (<i>Emphaty</i>)	4,85	Baik
Daya Handal (<i>Reliability</i>)	4,79	Baik
Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,68	Baik
Keberwujudan/Bukti Fisik (<i>Tangibility</i>)	4,49	Baik

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan atribut-atribut yang digunakan responden dalam memutuskan untuk melanjutkan studi strata dua di MM Unib. Dari 9 atribut yang ada, atribut yang dianggap penting oleh responden adalah mendukung jenjang karir,

terakreditasi B, program S1 adalah sarjana ekonomi, dan janji MM bahwa mahasiswa dapat lulus dalam jangka waktu 14 bulan. Implikasi yang muncul dari pertimbangan yang digunakan responden dalam mengambil keputusan ini ada tiga. Pertama, jenjang karir dan jangka waktu studi selama 14 bulan berkaitan erat dengan kurikulum. Perancangan kurikulum harus sesuai dengan kebutuhan pasar (mahasiswa dan dunia kerja). Penetapan kebijakan kurikulum diawali dengan melalui *tracer study* dan diskusi peninjauan ulang struktur dan isi kurikulum. Selama ini, revisi kurikulum dilakukan dengan mengundang pakar kurikulum dan *stakeholder* secara periodik, yakni empat tahun sekali. Kompetensi dan etika lulusan yang diharapkan dalam peta kompetensi mencakup a) pengembangan kepribadian, b) penguasaan keilmuan dan keterampilan, c) keahlian berkarya, d) perilaku berkarya, dan e) berkehidupan bermasyarakat. Berdasarkan hasil penilaian mahasiswa mengenai penyelenggaraan pendidikan MM, khususnya yang berkaitan langsung dengan kurikulum adalah baik (lihat Tabel 6, indikator Rb1, Rb2, Rb6, Rb7, Rb8, dan Rb9).

Kedua, terakreditasi B mencerminkan atau merupakan bentuk pengakuan formal dari negara bahwa penyelenggaraan pendidikan MM Unib dilaksanakan dengan baik. Bagi mahasiswa dan masyarakat, program studi yang terakreditasi memberikan rasa aman bahwa studi yang mereka jalani mendapatkan pengakuan dan legalitas dari negara. Hal ini didasarkan bahwa sejumlah perusahaan mencari lulusan yang berasal dari program studi yang terakreditasi (minimal B) atau ketika mereka hendak mengajukan kenaikan pangkat, Badan Kepegawaian Negara hanya menerima pegawai yang melanjutkan studi di program studi yang terakreditasi. Merebaknya kasus jual-beli ijazah dan program studi ilegal yang ditawarkan beberapa perguruan tinggi sangat merugikan masyarakat yang telah menjadi korban penipuan. Pada akhirnya, ijazah dan gelar pendidikan mereka tidak diakui oleh negara. Ketiga, lulusan sarjana ekonomi mencerminkan bahwa pangsa pasar MM masih cukup besar dari para lulusan ekonomi. Pemasaran relasi perlu dijalin dengan fakultas ekonomi di beberapa perguruan tinggi yang ada di Provinsi Bengkulu sebagai bagian dari metode promosi.

Hal yang perlu dicermati mengenai atribut yang dipertimbangkan oleh responden dalam pengambilan keputusan mereka adalah hanya sebagian kecil responden (kurang dari 10%) yang mempertimbangkan harga/biaya pendidikan dalam pengambilan keputusannya (lihat Tabel 3.1a). Dalam bisnis jasa, faktor harga memang menjadi hal yang unik. Karena jasa yang bervariasi dan karakteristik jasa itu sendiri tidak tampak maka konsumen cukup sulit menaksir harga jasa secara tepat. Pertimbangan atau persepsi subyektif sering digunakan oleh konsumen untuk menaksir harga jasa berdasarkan tingkat pelayanan yang mereka terima. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar responden setuju bahwa biaya pendidikan yang mereka bayar sesuai dengan manfaat yang mereka terima. Implikasi di masa mendatang apabila pihak pengelola MM hendak menaikkan biaya pendidikan maka kualitas pelayanan harus lebih ditingkatkan. Selain itu, menurut sebagian besar responden, biaya pendidikan yang ditetapkan MM unib relatif bersaing dengan biaya pendidikan MM di universitas lainnya. Hal ini menggambarkan bahwa penetapan biaya pendidikan telah tepat sesuai dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat di Bengkulu. Fakta menunjukkan bahwa jumlah pelamar dan mahasiswa yang diterima oleh MM Unib mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan hasil penelitian, peran dari pengelola, dosen, dan karyawan dalam melaksanakan tugasnya sudah baik. Kecepatan dalam memberikan pelayanan dan sikap yang empati mendapatkan apresiasi dari responden. Oleh karena itu, komunikasi internal yang telah dilakukan selama ini perlu dipertahankan (bila perlu ditingkatkan). Untuk mengatasi tuntutan dan ekspektasi mahasiswa yang semakin tinggi di masa mendatang, peningkatan kualitas SDM baik dari sisi keilmuan dan keterampilan

menjadi hal yang krusial. Selain itu, pemanfaatan teknologi di dalam pelayanan kepada mahasiswa dapat diterapkan untuk mempercepat proses pelayanan.

Tabel 11
Pendapat responden mengenai harga/biaya pendidikan MM Unib

Pernyataan berkaitan dengan biaya	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Mean
Biaya kuliah yang sesuai dengan manfaat (fasilitas dan pelayanan) yang saya peroleh	12	74	52	11	1	0	4,57
Biaya kuliah MM Unib bersaing (kompetitif) dengan biaya kuliah MM di universitas lainnya	11	80	48	9	0	1	4,60

Walaupun penilaian responden terhadap aspek fasilitas sudah baik, kenyataannya fasilitas menempati urutan terbawah dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan lainnya. Pengalokasian anggaran untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana dan prasarana perlu dilakukan, khususnya berkaitan dengan ruang baca, penerangan, dan toilet. Kalaupun alokasi anggaran sudah terbatas, opsi untuk menaikkan biaya pendidikan dalam batasan wajar masih dapat dilakukan demi peningkatan kualitas dan kuantitas sarana dan prasarana MM Unib.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Proses pengambilan keputusan mahasiswa berkaitan dengan atribut yang mempengaruhi keputusan adalah.
- 2) Kualitas pelayanan MM secara keseluruhan menurut mahasiswa adalah baik. Dari lima dimensi kualitas pelayanan, dimensi yang mendapatkan penilaian tertinggi adalah daya tanggap dan empati.
- 3) Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan MM adalah puas.
- 4) Mengenai harga/biaya pendidikan, sebagian besar mahasiswa setuju dengan biaya yang ditetapkan saat ini karena manfaat yang mereka terima sesuai dengan biaya tersebut. Pendapat lainnya, sebagian besar mahasiswa setuju bahwa biaya pendidikan MM Unib kompetitif dengan biaya pendidikan dari program MM perguruan tinggi lainnya.

SARAN

- 1) Pengembangan kurikulum yang dilakukan secara berkala harus disesuaikan dengan tuntutan pasar tenaga kerja. Hal ini dikarenakan peningkatan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa menentukan karir mereka di masa mendatang.
- 2) Standarisasi pelayanan dan evaluasi internal setiap semester perlu dilakukan untuk memperbaiki kinerja layanan. Peningkatan kinerja layanan secara

berkesinambungan menjadi tolak ukur bagi sivitas akademika MM untuk dievaluasi secara eksternal (BAN PT Dikti). Pengakuan BAN PT Dikti merupakan hal yang penting bagi mahasiswa dalam evaluasi atribut pengambilan keputusan.

- 3) Kualitas pelayanan secara umum sudah baik. Pelayanan yang perlu ditingkatkan berkaitan dengan kualitas dan kuantitas buku dan bahan-bahan kuliah lainnya.
- 4) Peningkatan biaya pendidikan dapat dilakukan namun diiringi dengan peningkatan kualitas pelayanan kepada mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Colgate, M., & Norris, M. (2001). Developing a comprehensive picture of service failure. *International Journal of Service Industry Management*, Vol.12 (3), pp.215 – 233.
- Cronin, J.J., & Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, Vol.56 (3), pp.55-68.
- Darby, M.R., & Karni, E. (1973). Free competition and the optimal amount of fraud. *Journal of Law and Economics*, Vol.16 (April), pp.67-86.
- Davidoff, D.M. (1994). *CONTACT: Customer Service in the Hospitality dan Tourism Industry*. Prentice Hall: New York.
- Fodness, D., & Murray, B. (2007). Passengers' expectations of airport service quality. *Journal of Services Marketing*, Vol.21 (7), pp.492-506.
- Gronroos, C. (2001). *Service Management and Marketing*, Lexington Books DC Health and Company, Lexington: Massachusetts.
- Joseph, M., McClure, C. & Joseph, B. (1999). Service quality in the banking sector: The impact of technology on service delivery. *International Journal of Bank Marketing*, Vol.17 (4), pp.182-191.
- Kang, G.D., James, J. & Alendandris, K. (2002). Measurement of internal service quality: Application of the servqual battery to internal service quality. *Journal of Manging Service Quality*, Vol.12 (5), pp.278-292.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management: The Millennium Edition*. Prentice Hall International Inc, New Jersey: USA.
- Lovelock, C. (2001). *Service Marketing*, Second Edition, Prentice Hall International Inc, New Jersey: USA.
- McDougall, G.H.G., & Levesque, T.J. (1994). Benefit segmentation using service quality dimensions: An Investigation in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, Vol.12 (2), pp.15-23.
- Nelson, P. (1970). Information and Consumer Behaviour. *Journal of Political Economy*, Vol.78 (20), pp.311-329.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, Vol.49 (4). pp. 41-50.
- Rapert, M.I., & Wren, B.M. (1998). Service quality as a competitive opportunity. *Journal of Services Marketing*, Vol.12 (3), pp. 223-235.
- Roos, I., (1999). Switching process in customer relationships, *Journal of Service Research*, Vol.I (August), pp.68-85.
- Sekaran, Uma., (2003). *Research Methods For Business*. Fourth Edition Wileyand Sons. Inc.
- Wisniewski, M., & Wisniewski, H. (2005). Measuring service quality. *International Journal of Quality Assurance*, Vol.18 (3), pp.217-238.
- Zeithaml, V.A., & Bitner M.J. (2000). *Service Marketing*, Mc.Graw Hill Companie, Inc. New York: USA.