

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pendidikan merupakan suatu usaha mutlak yang mutlak yang digunakan untuk membentuk manusia yang seutuhnya. Pendidikan pun dapat dilakukan secara formal dan non formal. Pendidikan formal adalah pendidikan yang dilakukan di sekolah secara teratur, sistematis, mempunyai jenjang dan tingkat yang dilaksanakan mulai dari taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi. Sedangkan non formal adalah pendidikan luar sekolah seperti lembaga-lembaga kursus keterampilan serta pelatihan-pelatihan. Perguruan tinggi merupakan salah satu lembaga pendidikan yang mau ikut serta dalam meramaikan jasa pendidikan baik perguruan tinggi negeri maupun swasta.

Orang yang berkualitas diharapkan bisa untuk melakukan pekerjaannya dengan baik dan sesuai dengan keterampilan yang dimiliki dan kemudian pada akhirnya mempunyai komitmen dengan organisasi yang tinggi. Kehidupan organisasi suatu instansi dapat membuat instansi tersebut menjadi baik. Komitmen organisasi menurut Martyarto dalam konsep operasionalnya (2001), adalah dorongan dan keinginan yang kuat pada karyawan Tata Usaha untuk :

1. Menyelesaikan tugas sesuai dengan standar.
2. Meningkatkan kemampuan individual dan kemajuan organisasi.
3. Menerima dan mempercayai nilai-nilai serta tujuan organisasi.

Pelayanan merupakan suatu tindakan atau perbuatan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain dalam bentuk melayani kebutuhan suatu urusan orang lain, sehingga orang lain tersebut mendapatkan keringanan atas urusannya. Dalam penilaian terhadap tingkat pelayanan, dan kerangka dasar bagi pengukuran tingkat mutu pelayanan adalah berdasarkan sikap dan penilaian masyarakat/mahasiswa pengguna jasa.

Untuk meningkatkan mutu dan kepuasan mahasiswa, universitas harus bersungguh-sungguh memperhatikan apa yang selalu menjadi kebutuhan dan keinginan pada mahasiswa serta memperbaiki kekurangan yang ada. Salah satu perbaikan yang harus ditingkatkan adalah dengan menjalankan program pelayanan akademik yang mampu memenuhi tuntutan dan kepuasan untuk para mahasiswanya. Dengan mendengarkan masukan para konsumen/mahasiswa dan kemudian merespon keinginan atau permintaan maka akan memberikan hasil yang lebih memuaskan dan membuat konsumen menjadi loyal (A. E. Ellinger (et al), 1999). Setiap universitas harus memikirkan strategi yang paling baik, paling tepat dan sesuai agar dapat bertahan dan terus berkembang dengan baik dalam dunia pendidikan untuk mendapatkan perubahan karakteristik mahasiswa agar lebih kritis dan lebih cerdas.

Dalam menghadapi persaingan antar perguruan tinggi swasta tersebut, terdapat beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku calon mahasiswa, seperti yang dijelaskan Parasuraman (1990) menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas layanan meliputi persepsi yang selalu berhubungan dengan sarana fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati

(*Empathy*). Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surakarta berusaha untuk bersaing keras untuk menarik perhatian minat mahasiswa dalam mengenyam pendidikan di salah satu lembaga pendidikan tinggi swasta tersebut. Sinamora (2004) sebuah tekad untuk dapat mencapai tujuannya hanya dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan adanya fakultas-fakultas yang banyak dan menarik, perguruan tinggi swasta juga mempunyai akreditasi yang baik pula sehingga saling berlomba-lomba dalam merebut calon mahasiswa baru.

Selama ini konsep dan pengukuran kualitas pelayanan telah berkembang dengan pesat. Salah satu kontributor yang sering dipakai dalam mengembangkan pengukuran kualitas pelayanan adalah alat ukur kualitas layanan yaitu SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1998). Dari skala SERVQUAL tersebut mereka menjelaskan bahwa dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, konsumen membandingkan antara pelayanan yang mereka harapkan dengan persepsi atas pelayanan yang mereka terima. Mahasiswa adalah konsumen dari suatu lembaga pendidikan tinggi (universitas) sehingga konsep kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Tata Usaha tersebut dapat disamakan dengan kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, sedangkan Wilkie menjelaskan kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa (Tjiptono, 1997). Konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan/menikmati sesuatu.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Faktor-faktor yang ingin diketahui pengaruhnya adalah fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*).

Penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini antara lain penelitian Budhi Widyastuti (2014), penelitian Rianti Setyawasih, penelitian oleh Diah Dharmayanti (2006), penelitian Rita Syeptia Dewi Lingga (2013), penelitian oleh Nurtania dan Abdul Sadad (2013). Dengan hasil penelitian sebelumnya peneliti memfokuskan pada kepuasan konsumen. Berdasarkan beberapa hal di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil topik penelitian dengan judul: “ANALISIS KEPUASAN PELAYANAN TERHADAP LAYANAN TATA USAHA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.”

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri *reliability* (keandalan), *responsiveness* (keresponsifan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), dan *empathy* (empati) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap pelayanan tata usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta?
2. Dari variabel tersebut, manakah variabel yang paling dominan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa, untuk mengetahui pelaksanaan pelayanan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Bagi pihak lain, sebagai bahan informasi dalam bidang tata usaha yang berhubungan dengan kepuasan dalam melayani mahasiswa.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan untuk mengetahui dan menganalisis apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan tata usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah kepustakaan dan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama dimasa mendatang.