Pengukuran Nilai Gap Layanan Tata Usaha Pascasarjana Unpar Dengan Metode Servqual

Ronaldo Rottie

Program Pascasarjana, Magister Teknik Industri, Universitas Katolik Parahyangan
Jl. Merdeka No.30, Bandung 40117
Email: aldorottie@gmail.com

Abstract—Kualitas layanan yang diberikan Tata Usaha Pascasarjana Unpar menjadi suatu hal yang penting, karena kebutuhan dari para konsumen yakni mahasiswa pascasarjana yang beraneka ragam sehubungan dengan informasi perkuliahan, administrasi dan hal lainnya. Untuk itu dilakukan penelitian untuk dapat mengetahui kualitas pelayanan berdasarkan penilaian konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan sesuai prioritas. Metode yang digunakan adalah Metode SERVQUAL dengan menilai gap (rentang) antara persepsi konsumen mengenai layanan yang akan diterimanya dan harapan mengenai layanan yang akan diterimanya. Gap dari metode SERVQUAL kemudian akan digunakan sebagai performansi saat ini. Penentuan rekomendasi perbaikan dapat dilakukan dengan menghitung keseluruhan gap (gap 1 sd gap 5) dan Antecedent. Dari hasil pengukuran didapatkan nilai gap 5 sebesar -1.15, gap 1 sebesar 0, gap 2 sebesar 7, gap 3 sebesar 2.23 dan gap 4 sebesar 2.17 dengan antesedennya masing-masing untuk antecedents gap 1 sebesar 3.75, gap 2 sebesar 3.5, gap 3 sebesar 3.667 dan gap 4 sebesar 4.25

Kata kunci—Kualitas layanan; Gap; Antecedent; SERVQUAL

I. PENDAHULUAN

Tata Usaha Pascasarjana Unpar Bandung merupakan salah satu pendukung dalam upaya peningkatan layanan dalam kesatuan Program Pascasarjana Unpar. Dengan adanya Tata Usaha maka segala bentuk kegiatan administrasi di Program Pascasarjana boleh terlaksana dengan baik.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Tata Usaha Universitas Katolik Parahyangan menjadi suatu hal yang penting, karena kebutuhan dari para konsumen yakni mahasiswa program pascasarjana Unpar yang beraneka ragam sehubungan dengan informasi perkuliahan, administrasi dan hal lainnya. Hal ini terkadang menjadi hal yang sensitif mengingat usia dari para mahasiswa program pascasarjana yang bervariasi dengan usia produktif. Selain itu, latar belakang yang berbeda-beda juga membuat pemenuhan kebutuhan akan informasi dan cara pelayanan yang tepat harus dapat diwujudkan oleh pihak Tata Usaha. Berdasarkan pengamatan maka ingin diteliti seberapa baik, tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Tata Usaha Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan. Hal ini menjadi suatu langkah awal yang dapat

dilakukan agar program pascasarjana keseluruhan dapat menjadi lebih baik dalam pandangan konsumen, karena pelayanan Tata Usaha pun merupakan salah satu elemen yang penting dalam menunjang proses dalam perkuliahan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan berdasarkan penilaian konsumen (dalam hal ini, para mahasiswa program pascasarjana Unpar) terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan memberikan usulan untuk perbaikan sesuai prioritas. Perbaikan diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dari Tata Usaha program pascasarjana Unpar.

Metode SERVQUAL digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan Tata Usaha program pascasarjana Unpar saat ini. Kualitas pelayanan dinilai berdasarkan gap (rentang) antara persepsi konsumen mengenai layanan yang akan diterimanya dan harapan konsumen mengenai layanan yang akan diterimanya (Zeithaml, 1990). Gap dari metode SERVQUAL kemudian akan digunakan sebagai performansi dari Tata Usaha program pascasarjana UNPAR saat ini. Penentuan usulan perbaikan dapat dilakukan dengan menghitung keseluruhan gap (dari gap 1 s.d. gap 5). Namun pada laporan kali ini akan dibahas terlebih dahulu untuk pengukuran gap 5 (perbedaan persepsi dan harapan dari konsumen akan suatu pelayanan yang diinginkan).

II. METODE PENELITIAN

Jumlah populasi mahasiswa seluruh Pascasarjana Unpar adalah 556 mahasiswa. Jadi yang akan dijadikan sampel menurut rumusan Slovin (dalam Riduwan 2005) adalah $n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$ dimana yang akan dijadikan sampel penelitian berjumlah 85.

Dalam penentuan atribut penelitian, peneliti menentukan atribut-atribut yang ada pada dimensi SERVQUAL berdasarkan studi literatur dan kemudian memilih beberapa atribut yang berhubungan dengan layanan Tata Usaha Program Pascasarjana UNPAR. Dari hasil penggabungan ini didapatkan 22 atribut yang mengukur 5 dimensi kualitas jasa, yaitu: reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible.

Kemudian di buat kuesioner pendahuluan yang terdiri dari: profil responden, kuesioner persepsi dan harapan konsumen, kuesioner mengenai penilaian kepentingan tiap atribut oleh pihak manajemen, dan kuesioner antecedent untuk mengukur

persepsi kualitas layanan. Jadi untuk kuisioner terbagi dalam 2 bagian yaitu untuk konsumen bertujuan untuk mengukur nilai persepsi dan harapan konsumen dan untuk manajemen bertujuan untuk mengukur tingkat performansi dari pihak manajemen apakah sesuai dengan standar yang ada. Kuisioner yang pertama disebarkan ke mahasiswa dan yang kedua disebarkan ke pimpinan dan karyawan Tata Usaha. Dan penyebaran kuisioner dilakukan dengan convenience sampling.

Data yang dikumpulkan kemudian di uji realibilitasnya. Kemudian data diolah menggunakan metode SERVQUAL. Dari hasil pengolahan data dilakukan analysis untuk memperoleh gambaran bagaimana nilai gap 1- 5 dan melihat antecedent gap 1-4 agar dapat diinterpretasikan terhadap nilai-nilai gap tersebut. Dengan pengolahan data menggunakan Excel 2013 dan SPSS 20.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi Atribut

Dilakukan penentuan atribut-atribut sebagai suatu kriteria penilaian. Atribut-atribut didasarkan ke-5 dimensi SERVQUAL, yakni tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Total untuk atribut pengukuran berjumlah 22 atribut. Atribut- atribut tersebut dapat adalah sebagai berikut.

TABEL 1. ATRIBUT-ATRIIBUT LAYANAN TATA USAHA

Dimensi	No	Kriteria
Reliability	1	Tata Usaha memiliki jam pelayanan yang mulai dan berakhir tepat waktu
	2	Staf Tata Usaha dapat memberikan pelayanan sesuai kebutuhan yang diinginkan
	3	Staf Tata Usaha dapat memberikan informasi dari yang dibutuhkan sesuai kebutuhan
	4	Tata Usaha memiliki data lengkap terkait berbagai keperluan administrasi
Responsiveness	5	Staf Tata Usaha tanggap dalam menangani kebutuhan mahasiswa
	6	Staf Tata Usaha mau membantu mahasiswa
	7	Staf Tata Usaha dapat segera memberikan pelayanan sesuai waktu
Assurance	8	Staf Tata Usaha dapat meluangkan waktunya untuk setiap kebutuhan mahasiswa akan administrasi
	9	Staf Tata Usaha dapat memberikan informasi yang mudah dimengerti
	10	Staf Tata Usaha memberikan keyakinan pada mahasiswa terkait urusan administrasi
	11	Tata Usaha memiliki data yang akurat untuk membantu keperluan administrasi
	12	Staf Tata Usaha memiliki cukup pengetahuan mengenai kebutuhan mahasiswa
Empathy	13	Staf Tata Usaha selalu konsisten bersikap sopan saat melayani
	14	Staf Tata Usaha perhatian dan ramah dengan mahasiswa
	15	Tata Usaha memberikan toleransi waktu untuk tingkat kebutuhan administrasi yang urgensitasnya tinggi
	16	Lokasi dan tingkat administrasi Tata Usaha yang mudah diakses
	17	Tata Usaha memiliki jam pelayanan untuk akses yang sesuai dengan para mahasiswa
Tangibility	18	Staf Tata Usaha mengerti benar mengenai kebutuhan mahasiswa
	19	Staf Tata Usaha yang berpakaian rapi saat melayani mahasiswa
	20	Sistem pelayanan administrasi Tata Usaha yang terkomputerisasi
	21	Ruang tunggu untuk urusan administrasi Tata Usaha bersih dan nyaman
	22	Tata Usaha memiliki informasi tercetak (flyer, brosur, pengumuman) yang jelas mengenai prosedur administrasi

Setelah ditentukan sejumlah atribut sebagai indicator pengukuran selanjutnya adalah penyusunan instrument pengukuran nilai gap. Dan pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner agar lebih efisien. Dan untuk pengukuran terdiri dari 5 instrumen pengukuran:

a. Kuisioner Ekspektasi Konsumen (gap 5)

- Kuisioner Persepsi Konsimen (gap 5)
- Kuisioner Persepsi Manajemen (gap 1 & gap 2)
- Kuisioner Persepsi Para Karyawan.
- Kuisioner Persepsi Bagian Marketing.
- Kuisioner Antecedent dari gap 1 & 2 serta gap 3 & 4.

3.2 Penyebaran Kuisioner

Sebelum melakukan penyebaran kuisioner kepada responden yang berhubungan dengan layanan jumlah sampel responden yang akan dimintai penilaian. Sampel yang digunakan adalah sampel menurut rumusan Slovin (dalam Riduwan 2005) adalah $n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$ dimana yang akan dijadikan sampel penelitian berjumlah 85 responden. Dan pengambilan sampelnya dilakukan teknik convenience sampling. Untuk bagian pertama dan ketiga berisi nilai harapan dan ersepsi dari responden dari skala 1 s.d 7 terhadap ke 22 atribut dan dikelompokkan berdasarkan dimensi SERVQUAL. Sementara bagian kedua yang merupakan pembobotan penilaian konsumen dengan nilai total ke 5 pertanyaan yang mewakili dimensi SERVQUAL adalah 100. Peneliti melakukan pengecekan dalam memberikan penilaian oleh responden karena dimungkinkan terjadi kekeliruan dalam pengisian tersebut sehingga dapat dilakukan konfirmasi lagi atau dilakukan normalisasi data. Pembobotan tersebut tetap berlaku, karena yang terpenting adalah bagaimana membandingkan kepentingan suatu dimensi dengan dimensi lain.

3.3 Uji Validitas & Realibilitas

Setelah didapatkan data dari proses penyebaran kuisioner kemudian dilakukan pengujian terhadap ke 85 data dengan menggunakan tools SPSS 20. Dan pengujian dilakukan terhadap dua kuisioner yaitu kuisioner bagian satu untuk harapan konsumen dan kuisioner bagian III untuk performansi layanan. Untuk hasil pengujian kuisioner bagian I setelah dilakukan pengolahan dengan SPSS maka didapatkan output sebagai berikut:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.962	22

Gambar 1. Hasil uji cronbach's alpha kuisioner bagian I

Dari hasil pengujian nilai $\alpha = 0.962$ dibandingkan dengan nilai pada table dengan tingkat kepercayaan 95% $\alpha = 0.312$ oleh karena nilainya lebih besar dari table sehingga signifikan atau reliable. Hal ini berarti bahwa kuisioner sudah dapat mengukur kualitas layanan dan responden konsisten dalam menjawab

pertanyaan yang sama. Demikian juga hal yang sama untuk kuisioner bagian III:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.929	22

Gambar 2. Hasil uji cronbach's alpha kuisioner bagian III

Dari hasil dapat dilihat bahwa nilainya hampir sama dengan kuisioner bagian I dan dapat disimpulkan bahwa kuisioner reliable dan dapat dipakai untuk mengukur kualitas layanan.

3.4 Pengukuran Nilai Gap dan Interpretasi hasil

Perhitungan nilai SERVQUAL Score gap 5 terlebih dahulu dilakukan. Dengan langkah- langkah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan penilaian responden untuk setiap atribut ke dalam 5 dimensi SERVQUAL.
2. Menghitung nilai SERVQUAL Score $\text{SERVQUAL Score} = \text{Perception Score} - \text{Expectation Score}$
3. Merata-rata nilai setiap atribut dalam satu dimensi masing-masing responden dan diperoleh lima nilai yang mewakili untuk tiap dimensi SERVQUAL.
4. Selanjutnya mengalihkan nilai rata-rata masing-masing dimensi tersebut dengan presentase pembobotan yang diperoleh dari bagian kedua. Persentase didapatkan dengan membagi nilai dengan angka 100. Dan menghasilkan skor SERVQUAL Terbobot.
5. Menjumlahkan skor SERVQUAL Terbobot setiap responden lalu merata- rata jumlah skor SERVQUAL Terbobot tersebut sehingga menghasilkan nilai gap 5.

Dari hasil pengolahan data dengan Excel 2013 didapatkan nilai gap 5 adalah -1.15.

Dapat dilihat dari bab sebelumnya bahwa nolai yang berkontribusi besar adalah atribut- atribut dimensi empathy, responsiveness, realibility, assurance, dan tangible. Semua nilai yang negative menunjukkan pelayanan Tata Usaha program pascasarjana UNPAR saat ini belum memuaskan dan dibutuhkan perbaikan. Namun penerpan perbaikan akan lebih baik disesuaikan menurut prioritas.

Tabel 2. Perhitungan gap 5

Dimensi	Rata-Rata Skor Terbobot	Persentase	Rangking
<i>Tangible</i>	-0,16	14,11%	5
<i>Reliability</i>	-0,21	18,45%	3
<i>Responsiveness</i>	-0,28	24,20%	2
<i>Assurance</i>	-0,19	17,01%	4
<i>Empathy</i>	-0,30	26,24%	1
Total	-1,15	100%	

Dari dimensi tangible meliputi hal-hal fisik seperti keadaan Tata Usaha dilihat dari ruangan yang bersih,system yang terkomputerisasi, serta memiliki informasi tercetak yang jelas dari Tata Usaha tidak terlalu buruk. Sementara dimensi empathy yang memiliki gap terbesar diantara yang lain sehingga menunjukkan bahwa belum bias memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Kemudian setelah didapatkan hasil gap 5 maka dicari juga nilai gap 1-4. Dan masing-masing hasil pengukuran didapatkan hasil sebagai berikut:

TABEL 3. PERHITUNGAN GAP 1

KETERANGAN	Nilai
Persepsi Manajer	6,16
Ekspektasi Konsumen	6,16
Nilai Gap 1	0,00

Dari hasil perhitungan gap 1 yang mengindikasikan tidak ada gap antara persepsi manajer dengan ekspektasi konsumen. Pihak manajemen Tata Usaha Program Pascasarjana UNPAR telah memahami dengan tepat apa yang sebenarnya menjadi keinginan konsumen akan layanan dari Tata Usaha. Bila dikaitkan dengan nilai gap 5 yang bernilai negatve maka dapat diduga ada permasalahan didalamnya.

TABEL 4. PERHITUNGAN GAP 2

	T	R	R	A	E
Res	1	2	3	4	5
1	0	0	0	0	0
Rata-Rata				0	

3.6. Rekomendasi Perbaikan

Setelah mengetahui dari masing-masing gap, serta penelusuran akar permasalahan melalui perhitungan anteseden, selanjutnya akan diberikan rekomendasi untuk mengurangi atau bahkan mengilangkan gap yang terjadi antara provider dan konsumen.

Rekomendasi atau usulan perbaikan yang akan diberikan diprioritaskan berdasarkan nilai gap yang tertinggi. Hal ini karena, kondisi tersebutlah yang menyebabkan ekspektasi konsumen tidak sesuai dengan yang mereka terima. Karena gap tertinggi ada pada permasalahan manajemen dengan nilai gap 2=7. Permasalahan ini terkait perihal dimensi- dimensi pengukuran kualitas layanan ServQual yang belum memiliki standarisasi dalam pelaksanaan layanan dalam proses bisnis Tata Usaha.

Sementara itu, dapat dilihat dari nilai anteseden untuk masing-masing gap, guna menelusuri akar permasalahan. Untuk gap 4 yang bernilai 4,25, permasalahan untuk bagian janji marketing ke konsumen tersebut dapat diabaikan untuk masalah perbaikan. Hal ini karena nilai tersebut lebih dari 4 yang dapat dikatakan sebagai standar.

Perbaikan lebih difokuskan pada hal-hal yang menyebabkan gap 2. Setelah dilihat lebih jauh, permasalahannya pun tetap konsisten yakni mengenai standarisasi pekerjaan untuk menyeragamkan pelayanan dari Tata Usaha Program Pascasarjana Unpar. Sehubungan dengan kuisioner yang disebarkan untuk penilaian gap 2 (ketersediaan standar spesifikasi layanan) serta gap 5 (mengenai persepsi dan ekspektasi konsumen), dapat ditentukan usulan perbaikan yang meliputi ke lima dimensi.

Dari rekap gap 5, gap yang paling tinggi yakni sebesar 0.30 terdapat pada bagian Empathy. Dari kuisioner dapat dilihat perihal yang ditanyakan berkaitan dengan perhatian dan kepedulian dari pihak Tata Usaha akan kebutuhan dari pihak mahasiswa terkait kemudahan memperoleh informasi. Selain itu melalui Tabel III.1 dapat dilihat sejumlah atribut layanan dimensi Empathy yang dapat dijadikan fokus pemberian usulan yang dapat diterapkan untuk mengatasi hal tersebut ialah

- a. Mewajibkan seluruh staf kesekretariatan untuk selalu siap sedia melayani setiap tamu (mahasiswa) yang memasuki ruangan Tata Usaha dengan ramah. Misalnya dengan cara mengucapkan salam, mempersilahkan duduk dan segera menanyakan kebutuhan/tujuan dari para tamu ke Tata Usaha.
- b. Sehubungan dengan jam pelayanan, hendaknya selain mencantumkan jam istirahat dari Layanan Tata Usaha pada pintu depan ruangan.
- c. Pemberian training ataupun briefing berkala kepada staf kesekretariatan sebagai salah satu bentuk penyamarataan informasi. Hal ini guna mengantisipasi ketidaktauhan dari para staf kesekretariatan mengenai apa yang menjadi kebutuhan/ditanyakan dari pihak konsumen, karena akan menimbulkan perasaan tidak puas

bagi konsumen dan kesan bahwa staf tidak memiliki pemahaman yang cukup.

- d. Selain itu, usulan perihal masalah empathy lainnya ialah dengan bersikap memberikan toleransi kepada mahasiswa, untuk sekedar memperoleh informasi atau memproses hal yang dibutuhkannya lebih awal ataupun melebihi jam operasional. Dalam arti jika terdapat sesuatu yang masih ingin ditanyakan atau memperoleh layanan pada 16.00 kurang, staf mengusahakan untuk memproses dan bukan malah menyuruh konsumen kembali kemudian hari. Tentunya untuk urusan- urusan yang dapat diselesaikan dalam waktu singkat. Hal ini akan sangat membantu dan menimbulkan kesan positif dari konsumen.
- e. Untuk urusan yang lama ataupun belum dapat dipastikan kapan selesainya, staf dapat menawarkan untuk mencatat kontak person (nama & nomer telepon) dari yang bersangkutan untuk diberi kabar selanjutnya, sehubungan urusan yang ditinggalkan untuk diproses apabila sudah selesai. Atau dapat juga segera memberitahukan kontak Tata Usaha Pascasarjana dan siapa yang dapat dikontak untuk memperoleh informasi lanjutan akan urusan yang ingin dilakukan oleh konsumen. Hal ini akan sangat membantu bagi konsumen, karena tidak harus bolak- balik atau lama menunggu untuk mengetahui kapan urusan/perihal administrasi yang dibutuhkannya telah selesai.
- f. Sehubungan dengan informasi lainnya yang hendak diketahui oleh konsumen/mahasiswa, para staf dapat menghimbau agar mereka membuka halaman website dari Program Pascasarjana UNPAR terlebih dahulu setiap ingin memperoleh informasi di kemudian hari. Seperti misalnya tanggal pendaftaran ulang, tanggal pengajuan draft thesis terakhir, dan pengumuman-pengumuman lainnya. Hal ini tentunya akan memudahkan pihak konsumen untuk memahami terlebih dahulu gambaran mengenai kebutuhannya. Informasi tersebut dapat dikolaborasi juga dengan student portal yang telah dimiliki oleh setiap mahasiswa. Tentunya dari pihak Tata Usaha, juga harus secara konsisten mempersiapkan informasi dan di postingkan sesegera mungkin.

IV. SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Dari hasil perhitungan kualitas Layanan Tata Usaha Program Pascasarjana Unpar dengan menggunakan metode Servqual, maka dihasilkan nilai gap kualitas pelayanan yaitu:

DAFTAR PUSTAKA

- a. Nilai gap 5 untuk perbedaan antara apa yang dirasakan dan diharapkan oleh pengunjung secara keseluruhan sebesar -1.15
 - b. Nilai gap 1 yang merupakan perbedaan antara persepsi manajemen terhadap harapan pengunjung sebesar 0
 - c. Nilai gap 2 yang menggambarkan perbedaan antara persepsi manajemen terhadap harapan pengunjung dengan standar kerja yang ada sebesar 7
 - d. Nilai gap 3 yaitu nilai yang menggambarkan kemampuan staf dalam melaksanakan spesifikasi layanan sebesar 2,23
 - e. Nilai gap 4 merupakan nilai yang menggambarkan perbedaan antara kualitas layanan dengan apa yang dijanjikan sebesar 2,17
2. Dari hasil pengolahan data juga didapat anteseden yang mengakibatkan adanya nilai gap pada kualitas Layanan Tata Usaha Program Pascasarjana Unpar adalah sebagai berikut:
- a. Anteseden penyebab nilai gap 1 adalah kurangnya orientasi bagian marketing.
 - b. Anteseden penyebab nilai gap 2 adalah belum adanya standarisasi tugas.
 - c. Anteseden penyebab nilai gap 3 adalah kurangnya kontrol persepsi manajemen dan staf.
 - d. Anteseden penyebab nilai gap 4 adalah kecenderungan untuk menjanjikan sesuatu secara berlebihan.
- [1] Zeithaml, V.A, Parasuraman, A. And Berry, L.L. 1990, Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations, New York: The Free Press.
 - [2] Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. 2006, Services marketing: integrating customer focus across the firm, New York: McGraw Hill
 - [3] Gozhali. 2005, Pengujian SPSS, p 41-42. Riduwan, (2006), Rumus dan Data dalam
 - [4] Aplikasi Statistik, Alfabeta, Semarang.