

**OPTIMALISASI KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN
KEPUASAN DI FUNGSI HUKUM, KEPEGAWAIAN, DAN TATA
LAKSANA (HKTL) LLDIKTI WILAYAH VI JAWA TENGAH**

Laporan Magang MB-KM

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1 Manajemen

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

VEREN AHYA RUSKITA VITUN

Nim : 30401800344

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

***OPTIMALISASI KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN
KEPUASAN DI FUNGSI HUKUM, KEPEGAWAIAN, DAN TATA LAKSANA
(HKTL) LLDIKTI WILAYAH VI JAWA TENGAH***

Disusun oleh:

Veren Ahya Ruskita Vitun

Nim: 30401800344

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian Pra Laporan Magang MB-KM

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 11 Desember 2021

Dosen Supervisor



Dhady Lukito Aji S.Kom., M.Kom.

Dosen Pembimbing Lapangan



Dr. Asyhari, SE, MM

Halaman Persetujuan Laporan Magang MB – KM setelah Ujian

Laporan Magang MB-KM

**OPTIMALISASI KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN
KEPUASAN DI FUNGSI HUKUM, KEPEGAWAIAN, DAN TATA LAKSANA
(HKTL) LLDIKTI WILAYAH VI JAWA TENGAH**

Disusun Oleh :

Veren Ahya Ruskita Vitun

NIM : 30401800344

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 14 Januari 2022

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Lapangan



Dr. Asvhari, SE, MM

NIDN. 0624116601

Dosen Penguji 1



Dr. Abdul Hakim, SE, MSi

NIDN. 0623065501

Digitally signed by Abdul
Hakim
DN: cn=Abdul Hakim, o, ou,
email=abdulhakim@unissula.
ac.id, c=US
Date: 2022.02.22 10:33:14
+07'00'

Dosen Penguji II



Dra. Sri Hindah Pudjihastuti, MM.

NIDN. 0602015601

Laporan Magang MB-KM ini Telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Tanggal 14 Januari 2022

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Ardian Adhiatama, SE., MM.

NIDN. 0626027201

PERNYATAAN LAPORAN MAGANG

Nama : VEREN AHYA RUSKITA VITUN
NIM : 30401800344
Prodi : S1 Manajemen
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa usulan laporan magang berjudul “Optimalisasi Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Di Fungsi Hukum, Kepegawaian, dan Tata Laksana (HKTL) LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah” adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari hasil karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam dalam laporan magang ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti laporan magang ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 19 Juli 2021

Yang menyatakan,



Veren Ahya Ruskita Vitun

ABSTRACT

Optimizing Service Quality to Increase Satisfaction in the Legal, Personnel, and Administration (HKTL) Functions of LLDIKTI Region VI Central Java.

Veren Ahya Ruskita Vitun

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Consumer satisfaction is a goal that must be achieved by an institution. The creation of customer satisfaction can provide several benefits, including a more harmonious relationship between companies and consumers, and the creation of consumer loyalty. Service quality is one of the important factors in customer satisfaction. This is needed by various companies and institutions engaged in services such as LLDIKTI. Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Region VI is a service institution that is engaged in education, research, and improving the quality of all university in the Central Java. LLDIKTI is assisted by Fungsi Hukum Kepegawaian dan Tata Laksana (HKTL) which is tasked with carrying out internal and external staffing and management services for LLDIKTI Region VI. The purpose of writing this report is to describing of the practical learning process at LLDIKTI Region VI Central Java in the Merdeka Learning activities at the Merdeka Campus. The theoretical basis used in this report is the theory of customer satisfaction and the theory of service quality. The result of this internship report is that HKTL LLDIKTI has provided good service quality to produce customer satisfaction, namely other functions in LLDIKTI, especially in the preparation of business processes and public service standards. The quality of service provided by HKTL LLDIKTI includes tangible, reliable, assurance, sincerity, formality and personalization.

Keywords: Service Quality, customer satisfaction

ABSTRAK

Optimalisasi Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan di Fungsi Hukum, Kepegawaian, dan Tata Laksana (HKTL) LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah.

Veren Ahya Ruskita Vitun

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Kepuasan konsumen merupakan tujuan yang harus dicapai oleh sebuah institusi. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dan konsumen menjadi lebih harmonis, dan terciptanya loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam kepuasan konsumen. Tentu saja hal ini dibutuhkan oleh berbagai perusahaan dan institusi yang bergerak dalam bidang pelayanan seperti LLDIKTI. Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah VI merupakan lembaga pelayanan yang bergerak dalam bidang pendidikan, riset, serta peningkatan kualitas mutu seluruh perguruan tinggi dalam lingkup Provinsi Jawa Tengah. Dalam melaksanakan tugasnya LLDIKTI dibantu oleh Fungsi Hukum Kepegawaian dan Tata Laksana (HKTL) yang bertugas untuk melakukan layanan kepegawaian dan tata laksana internal serta eksternal LLDIKTI Wilayah VI. Tujuan dalam penulisan laporan magang ini ialah memberikan deskripsi proses pembelajaran secara praktik di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah dalam kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Dasar teoritik yang digunakan dalam laporan ini ialah teori kepuasan konsumen dan teori kualitas pelayanan. Hasil dari laporan magang ini adalah HKTL LLDIKTI telah memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk menghasilkan kepuasan konsumen yakni fungsi-fungsi lain dalam LLDIKTI terutama dalam penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik. Kualitas pelayanan yang diberikan HKTL LLDIKTI mencakup bukti fisik, kehandalan, jaminan, keikhlasan, formalitas dan personalisasi.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan konsumen

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan kegiatan magang dengan judul **“Optimalisasi Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Di Fungsi Hukum, Kepegawaian, dan Tata Laksana (HKTL) LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah”** dengan baik. Laporan kegiatan magang ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyusunan laporan kegiatan magang ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberi bantuan dan arahan yang sangat bermanfaat. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. Ardian Adhiata, SE, M.Si, selaku Kepala Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. Asyhari, SE, MM selaku Dosen Pembimbing dan Bapak Dhady Lukito Aji S.Kom., M.Kom. yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta saran dalam penulisan Laporan Kegiatan Magang ini.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.
5. Seluruh Staf Karyawan dan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan arahan dalam penyusunan Laporan Kegiatan Magang ini.
6. Ibu Padmiati selaku ibu kandung peneliti atas curahan dan kasih sayang, untaian do'a dan motivasi yang tiada henti serta sangat besar yang tidak ternilai harganya bagi penulis. Semoga Allah SWT selalu melindungi Ibu dalam lindungan-Nya.
7. Bapak Untung Sugiarto selaku ayah kandung peneliti, Pamogsa Ratri Adha Daniar selaku kakak kandung peneliti yang sudah mendoakan, memberi motivasi, memberi semangat dan bantuan yang selalu mereka berikan tanpa henti.
8. Rahma Desi Andraini yang menjadi orang spesial dalam penyusunan laporan magang serta memberikan do'a, semangat, motivasi dan bantuan.
9. Keluarga fungsi HKTL LLDIKTI Wilayah VI yang selama ini telah mendoakan, memberi semangat, memberi motivasi, memberi pelajaran berharga, memberi pengalaman, serta memberi arahan.
10. Nurul Hasanah sebagai sahabat magang penulis yang telah memberikan bantuan serta support selama kegiatan magang berlangsung dan penyusunan laporan kegiatan magang.
11. Rekan-rekan kelas Excellent yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan laporan ini serta tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN LAPORAN MAGANG	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Magang	6
1.3. Sistematika Laporan	7
BAB II PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG	10
2.1. Profil Organisasi	10
2.1.1. Gambaran Umum Organisasi	10
2.1.2. Visi dan Misi Lembaga	12
2.1.3. Fungsi HKTL	13
2.2. Aktivitas Magang	15
2.2.1. Deskripsi Kegiatan Magang	15
2.2.2. Penjelasan Kegiatan Magang di Fungsi HKTL	16
BAB III IDENTIFIKASI MASALAH	19
BAB IV KAJIAN PUSTAKA	24
4.1. Kepuasan Konsumen	24

4.2. Kualitas Pelayanan.....	30
4.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan.....	39
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	43
5.1. Identifikasi Masalah.....	46
5.2. Pembahasan	49
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	74
BAB VII REFLEKSI DIRI	81
Daftar Pustaka.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1.....20



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Kerangka model42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Formulir Permohonan Magang	90
Lampiran 2: Lembar Penilaian Ujian Laporan Magang	92
Lampiran 3: Daftar Hadir Peserta Magang Mb-Km	100
Lampiran 4: Catatan Harian (Log Book) Peserta Magang Perusahaan	109
Lampiran 5: Proses Pembimbingan Laporan Magang Dosen Pembimbing Lapangan.....	128
Lampiran 6: Proses Pembimbingan Laporan Magang Dosen Supervisor	130
Lampiran 7: Surat Permohonan Magang.....	132



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era digitalisasi saat ini, pemerintah Indonesia menciptakan berbagai perubahan yang mencakup birokrasi instansi di berbagai lembaga pemerintahan secara fundamental sebagai langkah untuk menghadapi globalisasi dalam kemajuan perkembangan teknologi (Haning, 2018). Seiring dengan perubahan yang dilakukan pemerintah tersebut terjadi skema yang berbeda dalam mekanisme kerja di berbagai instansi pemerintahan. Diantaranya sistem pelayanan oleh lembaga-lembaga pemerintahan yang mengacu oleh perkembangan digital sehingga terjadi proses-proses layanan yang berbasis *online*. Dengan adanya hal tersebut, instansi pemerintahan membutuhkan pembaharuan dalam penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik sebagai implementasi *service quality*.

Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah VI merupakan lembaga pelayanan yang bergerak dalam bidang pendidikan, riset, serta peningkatan kualitas mutu seluruh perguruan tinggi dalam lingkup Provinsi Jawa Tengah. Tentunya dalam proses pencapaian optimalisasi layanan akan membutuhkan berbagai strategi dan inovasi-inovasi untuk mencapai tujuan utama. Pelayanan prima menjadi suatu kewajiban dalam memberikan kepuasan terhadap perguruan tinggi yang ada di Jawa tengah. Mekanisme pekerjaan yang sangat beragam menjadi tantangan tertentu untuk tetap menjaga kualitas pelayanan tetap stabil berada di level maksimal. Sebagai proses untuk mencapai hal tersebut

membutuhkan suatu produk yang berupa proses bisnis serta standar pelayanan publik yang keduanya memiliki fungsi serta kegunaan dalam ranah yang berbeda.

Fungsi HKTL LLDIKTI Wilayah VI melakukan pelayanan terhadap fungsi-fungsi lain dalam internal LLDIKTI Wilayah VI terdiri dari fungsi Perencanaan Penganggaran, Hubungan Masyarakat, kemahasiswaan, Bagian Umum, Kelembagaan, Akademik, Sarana Prasarana, PTK, Sistem Informasi, Arsip. Salah satunya tugasnya adalah memfasilitasi fungsi-fungsi LLDIKTI Wilayah VI dalam penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik. Menurut Hammer dan Champy dalam Weske (2007) definisi dari proses bisnis merupakan suatu kumpulan kegiatan ataupun aktifitas yang mengambil beberapa masukan-masukan kemudian dirancang untuk menghasilkan suatu *output* tertentu bagi pengguna tertentu. Proses bisnis ini tergolong kedalam serangkaian instrument yang memiliki tujuan untuk mengorganisir suatu aktifitas sebagai upaya peningkatan pemahaman atas suatu kegiatan yang terkait (Weske, 2007). Standar penyusunan proses bisnis ini memiliki tujuan-tujuan yang jelas, berdasarkan aktifitas yang dilakukan oleh masing-masing fungsi, memiliki beberapa tahapan kegiatan yang akan dituangkan dalam proses bisnis, dan memiliki *value* untuk masing-masing fungsi. Dari hal tersebut LLDIKTI Wilayah VI mengoptimalkan data-data proses bisnis melalui penyusunan kembali data proses bisnis tersebut yang disesuaikan dengan aktifitas kegiatan terbaru termasuk dengan proses-proses yang berbasis digital.

Baik instansi pemerintah atau perusahaan memiliki kesamaan tujuan dalam hal kualitas pelayanan yaitu menginginkan pelayanan yang berdampak *output* positif ke dalam organisasi. Instansi pemerintah juga memiliki tujuan untuk memuaskan pengguna layanannya sebagai tujuan utama, karena kepuasan pengguna layanan tersebut merupakan salah satu indikasi keberhasilan dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas (Anggraini, 2014). Salah satu upaya dalam meningkatkan pelayanan dapat memperbaharui materi standar pelayanan publik yang disesuaikan dengan perkembangan birokrasi maupun sistem teknologi.

Pentingnya *service quality* adalah sebagai layanan yang memberikan hasil akhir sesuai dengan persepsi konsumen atau mitra lembaga (Ananth, 2011). Adanya perbedaan prinsip yang berkaitan dengan persepsi kualitas layanan antara orang-orang dari masyarakat di negara-negara non-barat (Raajpoot, 2004) mengembangkan skala PAKSERV untuk mengukur kualitas layanan. Model PAKSERV disarankan untuk digunakan dalam budaya Islam dan diharapkan dapat bekerja dengan baik dalam menangkap fenomena kualitas pelayanan (Raajpoot, 2004). Sebagai fungsi yang bergerak di bidang pelayanan, HKTL perlu memberikan pelayanan prima agar konsumen merasa bahwa harapan mereka terpenuhi dengan pelayanan yang memuaskan. Hal ini memaksa lembaga untuk berorientasi kepada konsumen dengan cara memberikan pelayanan maksimal.

Urgensi pentingnya kualitas pelayanan tersebut merupakan faktor utama dalam optimalisasi kualitas pelayanan kepada para konsumen. Dimana dalam hal ini memiliki korelasi pelayanan yang dilakukan oleh fungsi HKTL terhadap

pelayanan penyusunan proses bisnis serta standar pelayanan publik. Kepuasan konsumen merupakan suatu prioritas utama serta cita-cita dalam lembaga pelayanan sebagai proses pencapaian *consumer satisfaction* di dalam *service quality* (Naik, 2010) oleh sebab itu fungsi HKTL memberikan komitmen kepada pihak-pihak terkait yang menjalin hubungan berkesinambungan serta memiliki sifat penting untuk menjaga hubungan.

Dalam hal ini kualitas pelayanan memiliki fungsi penting agar pengguna layanan lembaga lebih mudah dalam memahami sistematis yang diberikan sehingga akan memberikan efek efisiensi layanan yang dilakukan (Parasuraman, 2005). Implementasi keberhasilan kualitas pelayanan tertuang kedalam level efisiensi yang semakin baik termasuk inovasi dalam hal digitalisasi layanan. Apabila standar pelayanan publik yang disusun dapat diterima oleh pengguna layanan dengan baik, maka akan menghasilkan keberhasilan pelayanan yang disediakan. Hal ini akan digunakan sebagai tolak ukur penilaian *service quality* (Kotler P. d., 2009).

Standar pelayanan publik adalah suatu aktivitas atau beberapa rangkaian aktivitas yang dilakukan entitas pemerintah terhadap manusia serta aktivitas yang dilakukan tersebut berguna sebagai petunjuk mekanisme melakukan suatu proses pelayanan (Kaura, 2015). Dalam proses penyusunan standar pelayanan publik, fungsi HKTL menghadirkan narasumber sebagai pemateri serta bertugas mengaudit standar pelayanan publik yang disusun. Dalam hal ini penyusunan standar pelayanan publik bertujuan sebagai pembaharuan serta update terkini mekanisme-mekanisme terbaru. Seluruh aktivitas pelayanan LLDIKTI Wilayah

VI dalam kaitannya melayani perguruan tinggi swasta se-Jawa Tengah tertuang kedalam standar pelayanan publik tersebut. Hal ini tentu memudahkan para civitas akademika PTS untuk menggunakan layanan LLDIKTI Wilayah VI yang tersedia.

Pemahaman yang mendalam mengenai proses penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik memudahkan dalam pelaksanaan penyusunan. Akan tetapi saat pelaksanaan workshop penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik beberapa *stakeholders* masih memiliki gambaran yang abstrak sehingga perlu memahami kembali definisi proses bisnis dan standar pelayanan publik yang akan disusun. Hal ini menjadi evaluasi dalam penyelenggaraan penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik.

Proses penyusunan standar pelayanan publik terdapat *deadline* yang belum pasti, dimana data dari masing-masing fungsi belum terkumpul 100% ketika workshop penyusunan berlangsung. Sehingga efektifitas penyusunan standar pelayanan publik terhambat oleh kekurangan data yang terkumpul. Hal ini menjadikan evaluasi agar memberikan *deadline* yang jelas sehingga dalam hari penyelenggaraan penyusunan standar pelayanan publik sudah terkumpul seluruh data kemudian narasumber mengaudit data tersebut. Audit internal sebelum uji publik dilakukan sebagai suatu unsur penilaian independen di dalam sebuah organisasi untuk menguji atau evaluasi atas kegiatan-kegiatan yang dilakukan (Tugiman, 2006).

Efektivitas proses penyusunan standar pelayanan publik serta proses bisnis dilakukan dengan metode wawancara untuk mendapatkan data yang komprehensif serta detail di setiap aktivitas kegiatan yang dilakukan (Moleong, 2013). Namun

di dalam proses penyusunan yang dilakukan oleh fungsi HKTL belum menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara secara langsung karena terdapat berbagai kendala yang menghambat hal tersebut. Sehingga proses pengumpulan data ini dinilai kurang efektif serta perlu diperbaiki kembali apabila dikemudian hari melakukan penyusunan proses bisnis serta standar pelayanan publik.

Data tersebut didapatkan dari *form* yang dibagikan kepada *stakeholder* masing-masing fungsi setelah melakukan proses penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik. Sehingga permasalahan tersebut membutuhkan solusi untuk diselesaikan sebagai evaluasi agar tidak terjadi masalah kompleks lainnya.

1.2. Tujuan Magang

Tujuan dalam magang yang saya lakukan merupakan proses pembelajaran secara praktik di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah dalam kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Dari proses pembelajaran tersebut penulis menemukan topik optimalisasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan proses penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik di fungsi Hukum, Kepegawaian, dan Tata Laksana (HKTL) LLDIKTI Wilayah VI. Dari topik tersebut penulis melakukan pengkajian secara mendalam dengan tujuan solusi terbaik dari setiap permasalahan yang muncul berdasarkan teori. Tema dari topik yang penulis ambil berdasarkan konsep jurnal yang mencakup *service quality* dan kepuasan konsumen.

1.3. Sistematika Laporan

Penyusunan laporan magang ini terdiri dari beberapa bab dan sub-bab yang masing-masing menjelaskan hal yang berbeda. Adapun sistematika laporan sebagai berikut :

1.1.1 BAB 1 Pendahuluan

Menjelaskan secara umum gambaran magang yang dilakukan, permasalahan, dan tujuan magang. Serta menjelaskan mengenai sistematika penyusunan laporan magang.

a. Latar Belakang

Menguraikan alasan dari pemilihan topik yang dipilih berdasarkan permasalahan atau keunikan perusahaan.

b. Tujuan Magang

Menjelaskan hal-hal yang akan diuraikan dalam bab analisis.

c. Sistematika Laporan

Menguraikan bab dan sub-bab dalam laporan magang.

1.1.2 BAB 2 Profil Organisasi dan Aktivitas Magang

Menguraikan profil organisasi tempat magang (apabila diijinkan) dan menjelaskan kegiatan yang dilakukan mahasiswa selama proses magang.

a. Profil Organisasi

Apabila diijinkan oleh perusahaan maka akan dimasukkan sub-bab profil organisasi tempat magang. Dengan menguraikan profil organisasi yang menjadi konteks dari topik yang dipilih

i. Gambaran Umum Organisasi

Menggambarkan dan mengenalkan organisasi tempat magang.

ii. Visi dan Misi Organisasi

Menyebutkan visi dan misi organisasi tempat magang.

iii. Struktur Organisasi

Menggambarkan struktur organisasi tempat magang.

b. Aktivitas Magang

Menguraikan seluruh aktivitas yang dilakukan selama magang.

1.1.3 BAB 3 Identifikasi Mmasalah

Mengidentifikasi masalah yang muncul dan memilih beberapa masalah yang paling penting untuk dipecahkan.

1.1.4 BAB 4 Kajian Pustaka

Menguraikan teori yang dapat digunakan untuk membahas masalah penting yang dipilih.

1.1.5 BAB 5 Analisis dan Pembahasan

Menguraikan kembali masalah penting yang menjadi topik pembahasan.

1.1.6 BAB 6 Kesimpulan dan Rekomendasi

Menjelaskan kesimpulan yang dihasilkan dari analisi permasalahan yang ada. Serta memberikan rekomendasi tentang hal hal yang perlu diperbaiki organisasi tempat magang terhadap permasalahan yang ada dan program studi terhadap kelemahan kontribusi mahasiswa saat magang.

a. Kesimpulan

Menyimpulkan pendapat tentang masalah yang dianalisis

b. Rekomendasi

Rekomendasi tentang hal hal yang perlu diperbaiki perusahaan

1.1.7 BAB 7 Refleksi Diri

Memberikan jabaran tentang hal hal positif yang diterima selama perkuliahan yang bermanfaat terhadap pekerjaan selama magang. Serta penjabaran tentang manfaat magang terhadap pengembangan softskill yang didapatkan.



BAB II

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1. Profil Organisasi

2.1.1. Gambaran Umum Organisasi

Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah VI Jawa Tengah dipimpin oleh Kepala Lembaga yang dibantu oleh Sekretaris dalam melaksanakan tugasnya. Dalam menjalankan tugas-tugas kedudukannya bertanggung jawab kepada Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah VI beralamat di Jalan Pawiyatan Luhur I/1, Benda Dhuwur, Semarang. LLDIKTI Wilayah VI memiliki tugas melaksanakan fasilitasi peningkatan mutu penyelenggaraan pendidikan tinggi di provinsi Jawa Tengah. Dalam melaksanakan tugas fasilitasi peningkatan mutu tersebut, LLDIKTI Wilayah VI memiliki fungsi-fungsi yang meliputi :

1. Melaksanakan pemetaan mutu Pendidikan tinggi.
2. Melaksanakan fasilitasi peningkatan mutu penyelenggaraan Pendidikan tinggi.
3. Melaksanakan fasilitasi peningkatan mutu pengelolaan perguruan tinggi.
4. Melaksanakan fasilitasi kesiapan perguruan tinggi dalam penjaminan mutu eksternal.
5. Melaksanakan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan fasilitasi peningkatan mutu perguruan tinggi.
6. Mengelola data dan informasi di bidang mutu Pendidikan tinggi.
7. Melaksanakan administrasi LLDIKTI.

Dalam proses pencapaian fasilitasi peningkatan mutu perguruan tinggi, LLDIKTI Wilayah VI memiliki kelompok jabatan fungsional yang bertugas melayani fasilitasi tersebut. Sebagai lembaga yang bersifat pelayanan publik di bidang pendidikan tinggi, maka produk yang diciptakan oleh LLDIKTI Wilayah VI sebagian besar berupa pelayanan terhadap instansi perguruan tinggi Jawa Tengah. Pelayanan yang diberikan berbasis kebutuhan serta keperluan penjaminan mutu pendidikan tinggi.

Untuk merealisasikan efisiensi serta kemudahan pelayanan, LLDIKTI Wilayah VI menerapkan layanan secara *online* yang dapat diakses oleh instansi perguruan tinggi melalui sistem yang tersedia. Hal ini sangat memberikan efisiensi pelayanan yang mampu memberikan kemudahan tanpa datang secara langsung ke LLDIKTI Wilayah VI, terlebih pada masa pandemi saat ini sistem layanan *online* tersebut menekan terjadinya kontak langsung sehingga memenuhi protokol pelayanan di masa pandemi.

Proses pelayanan secara *online* secara otomatis merubah skema mekanisme pelayanan sehingga masing-masing fungsi di dalam LLDIKTI Wilayah VI perlu untuk memperbaharui peta proses bisnis serta standar pelayanan publik yang dimiliki. Dalam proses penyusunan peta proses bisnis dan standar pelayanan publik tentu membutuhkan koordinator dari salah satu bagian fungsi, oleh sebab itu fungsi HKTL menjadi koordinator dalam penyusunan proses bisnis serta standar pelayanan publik karena *Standart Operational Procedure* (SOP) dari fungsi HKTL salah satunya melayani pelayanan internal bagian-bagian fungsi di dalam LLDIKTI Wilayah VI. Dalam pelayanan HKTL ini yang menjadi fokus

saya untuk meneliti lebih dalam keterkaitan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan dari masing-masing fungsi yang dilayani HKTL.

2.1.2. Visi dan Misi Lembaga

a. Visi Lembaga

LLDIKTI Wilayah VI menjadi institusi yang prima dalam pelayanan pendidikan tinggi dalam rangka membentuk insan Indonesia yang cerdas komprehensif

b. Misi Lembaga

1. Pelaksanaan regulasi dari pemerintah dalam pengawasan, pengendalian dan pemantauan PTS di Jawa Tengah
2. Fasilitator bagi semua stakeholder pendidikan tinggi khususnya PTS dalam penguat (*empower*), pemberdaya (*enabler*) dan penyedia (*provider*) layanan pendidikan tinggi
3. Penyelaras sistem pendidikan tinggi, baik terhadap strategi nasional, pembangunan daerah, pembangunan lintas sektor dan perkembangan global. Interaksi Perguruan tinggi dengan masyarakat yang mencerminkan hubungan timbal balik yang selaras dan saling menguntungkan.

c. Tujuan Lembaga

Tujuan pelaksanaan program kegiatan LLDIKTI Wilayah VI ditetapkan berdasarkan visi dan misi LLDIKTI Wilayah VI untuk mempercepat terwujudnya :

1. Sistem penyelenggaraan Perguruan Tinggi Swasta yang otonom dan akuntabel
2. Perguruan Tinggi Swasta yang bermutu dan relevan dengan kebutuhan pembangunan, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan daya saing
3. Akses yang berkeadilan untuk semua lapisan masyarakat
4. Interaksi Perguruan tinggi dengan masyarakat yang mencerminkan hubungan timbal balik yang selaras dan saling menguntungkan.

2.1.3. Fungsi HKTL

Fungsi Hukum Kepegawaian dan Tata Laksana (HKTL) merupakan salah satu fungsi yang tergabung kedalam jabatan fungsional struktur organisasi LLDIKTI Wilayah VI. HKTL merupakan fungsi yang bertugas untuk melakukan layanan kepegawaian dan tata laksana internal serta eksternal LLDIKTI Wilayah VI. Pelayanan eksternal berupa layanan terhadap perguruan tinggi seluruh Jawa Tengah yang berupa inpassing, kenaikan pangkat, Sasaran Kinerja Pegawai (SKP) dosen, absensi dosen PNS Dipekerjakan (DPK), dan lain sebagainya. Pelayanan internal berupa layanan terhadap departemen fungsi-fungsi lain yang berada di dalam LLDIKTI Wilayah VI. Layanan internal ini dapat berupa penyusunan proses bisnis, standar pelayanan publik, SOP, tunjangan kinerja, potongan tunjangan berdasarkan kedisiplinan absen, SKP, dan lain sebagainya. Dimana dalam hal ini membutuhkan kualitas pelayanan bermutu sebagai

tujuan kepuasan konsumen yang berasal dari fungsi-fungsi lain di dalam LLDIKTI Wilayah VI.

Fungsi HKTL dalam melaksanakan SOP salah satunya adalah menyusun proses bisnis dan standar pelayanan publik. Dalam penyusunan tersebut melalui mekanisme sebagai berikut:

1. Pemberian informasi kepada masing-masing fungsi bagian di LLDIKTI Wilayah VI akan diadakannya penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan sehingga masing-masing fungsi bagian dapat mempersiapkan data-data yang dibutuhkan
2. Pengumpulan data berupa mekanisme-mekanisme serta data-data pendukung lainnya dalam penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan
3. Data yang dikumpulkan dihimpun ke dalam google spreadsheet disusun dalam masing-masing fungsi bagian
4. Penyusunan data dari masing-masing fungsi berdasarkan aktivitas-aktivitas per fungsi
5. Pengujian oleh narasumber sebagai proses evaluasi awal sebelum melakukan uji publik untuk standar pelayanan
6. Perbaikan evaluasi dari narasumber serta perbaikan-perbaikan dari masing-masing fungsi sebelum uji publik
7. Melakukan uji publik sebagai bentuk persetujuan serta evaluasi dari khalayak umum perguruan tinggi

8. Penetapan standar pelayanan LLDIKTI VI dan publikasi standar pelayanan kepada masyarakat

Kelompok jabatan fungsional yang dilayani oleh fungsi HKTL meliputi :

1. Sub Koordinator Akademik
2. Sub Koordinator Kemahasiswaan
3. Sub Koordinator kelembagaan
4. Sub Koordinator Sistem Informasi
5. Sub Koordinator PTK
6. Sub Koordinator Hubungan Masyarakat
7. Sub Koordinator Sarana dan Prasarana
8. JFT Murni
9. Sub Koordinator Bagian Umum
10. Sub Koordinator PP

2.2. Aktivitas Magang

2.2.1. Deskripsi Kegiatan Magang

Berikut ini merupakan jadwal kegiatan magang di LLDIKTI Wilayah VI:

- i. Masuk pukul 08.30 WIB ketika Work From Office (WFO) dan 07.30 WIB ketika Work From Home (WFH)
- ii. Istirahat pada pukul 12.00-13.00 WIB
- iii. Pulang pada pukul 15.00 WIB serta 16.30 WIB pada masa WFH

Tabel 2 Jam Kerja LLDIKTI Wilayah VI

Hari Kerja	Jam Kerja
Senin-Kamis (WFO)	<ul style="list-style-type: none"> - 08.30-12.00 WIB (masuk) - 12.00-13.00 WIB (istirahat) - 13.00-15.00 WIB (masuk) - 15.00-..... WIB (pulang)
Senin-Kamis (WFH)	<ul style="list-style-type: none"> - 07.30-12.00 WIB (masuk) - 12.00-13.00 WIB (istirahat) - 13.00-16.30 WIB (masuk) - 16.30-..... WIB (check out)
Jumat (WFO)	<ul style="list-style-type: none"> - 07.00-10.00 WIB (olahraga) - 10.00-12.00 WIB (masuk) - 12.00-13.00 WIB (istirahat) - 13.00-15.00 WIB (masuk) - 15.00-..... WIB (pulang)
Jumat (WFH)	<ul style="list-style-type: none"> - 07.00-08.00 WIB (olahraga) - 08.00-12.00 WIB (masuk) - 12.00-13.00 WIB (istirahat) - 13.00-16.30 WIB (masuk) - 16.30-..... WIB (check out)

2.2.2. Penjelasan Kegiatan Magang di Fungsi HKTL

- i. Kegiatan magang dimulai pada pukul 08.30 WIB secara WFO.
Pada hari Senin diawali dengan pengenalan jobdesk di dalam

HKTL dan memperkenalkan diri ke staff lain di LLDIKTI Wilayah VI.

- ii.** Dalam satu bulan pertama saya mendapatkan tugas yang beragam mengenai tugas-tugas yang ditangani oleh HKTL. Seperti halnya Inpassing dosen, kenaikan pangkat dosen, SKP dosen, validasi tunjangan kinerja pegawai LLDIKTI VI, serta brainstorming membahas mengenai penyusunan SOP, proses bisnis, serta standar pelayanan publik.
- iii.** Bulan kedua pekerjaan semakin bertambah, seperti halnya Pendataan Surat Keterangan Jabatan Fungsional (SK JAJA), Penetapan Angka Kredit (PAK), kenaikan pangkat dosen, tugas belajar, SKP, pengangkatan PNS, CPNS dosen DPK, identifikasi standar pelayanan, pengumpulan data standar pelayanan publik, workshop standar pelayanan publik, revisi standar pelayanan publik, serta penyusunan info grafis standar pelayanan. Hal ini merupakan suatu pembelajaran yang sangat berharga bagi saya karena melatih keterampilan serta menambah pengetahuan saya dalam berbagai aspek yang saya dapat selama bulan kedua.
- iv.** Bulan ketiga saya terlibat dalam uji publik standar pelayanan publik serta revisi standar pelayanan publik setelah dilakukan uji publik. Hal ini menambah pengetahuan saya mengenai bagaimana cara untuk manajemen dalam penyusunan standar pelayanan publik

yang berhubungan langsung dengan pengguna layanan yaitu seluruh dosen perguruan tinggi Jawa Tengah.

- v. Setiap bulan termasuk bulan keempat saya melakukan pekerjaan-pekerjaan rutin seperti bulan sebelumnya seperti validasi absensi sebagai tunjangan kinerja, validasi daftar hadir dosen PNS DPK, dan lain sebagainya. Di bulan keempat saya terlibat dalam proses penyusunan proses bisnis yang mana menambah pengetahuan saya bagaimana proses penyusunan proses bisnis serta mempelajari proses bisnis yang ada di LLDIKTI Wilayah VI. Pengalaman magang di LLDIKTI Wilayah VI menjadikan pengetahuan yang sangat berharga bagi saya. Dimulai dengan penambahan keterampilan *soft skill*, hingga mempelajari manajemen *service quality* yang sebelumnya belum saya dapatkan secara praktik di dunia kerja. Hal ini menjadikan saya lebih berkembang serta mampu menerapkan ilmu-ilmu selama masa perkuliahan sekaligus mendapatkan ilmu baru.

BAB III

IDENTIFIKASI MASALAH

Dalam pengelolaan suatu lembaga, permasalahan merupakan suatu hal yang tak bisa untuk dihindari oleh siapapun. Namun keberadaannya mampu menjadikan evaluasi yang berguna sebagai pengelolaan lebih baik di kemudian hari. Permasalahan tersebut dapat muncul di berbagai aspek maupun aktivitas kegiatan yang dijalankan oleh suatu lembaga. Tidak menutup kemungkinan di dalam instansi pemerintah yang sudah professional pun tidak dapat menghindari sebuah permasalahan. Dalam hal ini penulis memaparkan identifikasi permasalahan berdasarkan hasil survey yang didapat dalam tema *service quality* di bagian Hukum, Kepegawaian, dan Tata Laksana (HKTL) LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah.

Keberhasilan pelayanan akan berdampak baik bagi suatu lembaga atau organisasi yang berpengaruh terhadap kepercayaan maupun loyalitas pelanggan (Griffin, 2005). Menurut (Evan, 2000) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang bersifat dinamis berhubungan dengan jasa pelayanan, produk yang dihasilkan, dan suatu proses yang sesuai harapan atau melebihi harapan konsumen. Dengan adanya definisi tersebut menggambarkan kualitas pelayanan memiliki peranan penting bagi suatu lembaga yang bergerak di bidang pelayanan publik sebagai aspek utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Penulis melakukan identifikasi permasalahan di fungsi HKTL LLDIKTI Wilayah VI karena fungsi HKTL merupakan sebuah fungsi yang melayani fungsi-fungsi lain di LLDIKTI Wilayah VI serta memiliki kewajiban sebagai jasa

pelayanan. Alasan lain penulis mengidentifikasi permasalahan di dalam fungsi HKTL adalah terdapat adanya beberapa urgensi permasalahan di dalam pelayanan yang mempengaruhi kepuasan fungsi-fungsi lain untuk diberikan solusi yang berlandaskan teori.

Tabel 3. 1

Data Hasil Kuesioner Penyusunan Proses bisnis dan Standar Pelayanan

Publik

Nomor	Permasalahan	Hasil	
		Kurang Baik	Baik
1	Kualitas pemahaman masing-masing fungsi terkait gambaran secara mendetail proses bisnis dan standar pelayanan sebelum pelaksanaan	8	6
2	Kepastian deadline yang ditentukan oleh fungsi HKTL sebelum workshop penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik	9	5
3	Sistem pengumpulan data dari fungsi HKTL yang efektif menggunakan google spreadsheet	9	5

Sumber: Data Kuesioner Diolah, 2021

Adapun permasalahan yang didapatkan dalam survey mengenai kualitas pelayanan HKTL terhadap departemen fungsi-fungsi lain yang menjadi sasaran

pelayanan dalam kegiatan penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik, permasalahan tersebut sebagai berikut:

1. Pemahaman Yang Masih Abstrak Dari Anggota Fungsi-Fungsi Lain Pada Saat Proses Pelaksanaan Workshop Penyusunan Berlangsung

Pemahaman mengenai definisi proses bisnis serta standar pelayanan publik yang belum sepenuhnya dipahami oleh anggota fungsi-fungsi lain merupakan sebuah permasalahan yang perlu adanya solusi dari fungsi HKTL. Mengingat pemahaman dasar ini penting sekali untuk didapatkan oleh anggota fungsi-fungsi lain karena tanpa adanya pemahaman yang jelas serta mendalam, proses penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik akan sangat terhalang dan tidak mampu dilaksanakan dengan baik. Aspek ini tergolong kedalam aspek *service quality* dalam variabel *reliability* yang membahas mengenai kapabilitas pelayanan untuk mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, akan tetapi masih belum optimal dalam permasalahan yang saya temukan serta membutuhkan solusi agar permasalahan ini dapat teratasi dengan baik.

Urgensi dari permasalahan ini merupakan suatu hal yang bersifat kurang optimalnya kualitas pelayanan sehingga apabila di kemudian hari tidak diperbaiki maka akan menimbulkan permasalahan lain yang lebih kompleks. Sehingga dalam kasus ini penulis ingin mengoptimalkan kualitas pelayanan berdasarkan oleh teori-teori.

2. Pada Pelaksanaan Workshop Penyusunan Proses Bisnis Dan Standar Pelayanan Publik Belum Terkumpul Seluruh Data Yang Dibutuhkan Akibat

Belum Adanya *Deadline* Yang Pasti Sehingga Menghambat Kelengkapan Data Yang Disusun

Pemberian batas waktu (*deadline*) yang jelas merupakan salah satu bentuk kualitas pelayanan dalam kategori pemberian kepastian. Hal ini mampu memberikan batasan-batasan waktu pengerjaan penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik secara tepat waktu. Namun dalam penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik yang dilakukan oleh fungsi HKTL belum memberikan batas waktu secara jelas sebelum berlangsungnya workshop penyusunan. Hal ini menjadikan ketika workshop berlangsung terjadi banyak kekurangan data yang seharusnya sudah terkumpul dan siap untuk dijadikan bahan penyusunan serta evaluasi langsung dari narasumber.

Permasalahan ini dapat menimbulkan kondisi yang tidak ideal serta bersifat berbahaya bagi pelaksanaan penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik. Mengingat pada saat workshop seharusnya seluruh data sudah terkumpul dengan baik serta lengkap untuk mencapai kondisi yang ideal.

3. Sistem Pengumpulan Data Secara Kolektif Melalui Google Spreadsheet Dinilai Kurang Efektif Karena Kurang Komprehensif dan Mendetail

Dalam kolektifitas data secara mendetail menjadi bagian penting untuk menggali lebih dalam mekanisme-mekanisme yang dilakukan oleh masing-masing fungsi dalam menjalankan pelayanannya. Namun metode yang digunakan oleh fungsi HKTL kurang efektif dan mendetail karena

hanya menggunakan google spreadsheet sebagai media menuangkan mekanisme kedalam proses bisnis dan standar pelayanan publik. Teknik pengumpulan data secara mendetail serta komprehensif idealnya dilakukan dengan metode wawancara langsung kepada konsumen (Moleong, 2013).

Mekanisme kolektivitas melalui google spreadsheet ini sudah selayaknya segera diubah dengan metode lain yang lebih detail dalam kolektifitas. Mengingat data proses bisnis serta standar pelayanan publik merupakan produk yang hasil akhirnya akan digunakan oleh *stakeholder* LLDIKTI Wilayah VI serta Perguruan Tinggi seluruh Jawa Tengah. Tentu hal tersebut harus mencakup hingga bagian-bagian detail mekanisme yang dilakukan oleh masing-masing fungsi.



BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Menurut (Lovelock d. L., 2007) kepuasan konsumen adalah keadaan emosional atau reaksi setelah menerima penyerahan jasa, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralisasi, kegembiraan dan kesenangan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dan konsumen menjadi lebih harmonis, dan terciptanya loyalitas konsumen.

Menurut (Kotler P. d., 2009) kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan prestasi yang dirasakan dan yang diharapkan. Kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kinerja atau hasil yang dirasakan. Jadi setiap orang atau organisasi (perusahaan) harus bekerja dengan konsumen untuk memahami kebutuhan masing-masing pihak dalam rangka pemenuhan kepuasan konsumen.

Konsumen mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Dari uraian tersebut, ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen. (Tjiptono F. d., 2005) mengatakan terdapat dua metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan konsumen.

2. Survei kepuasan konsumen

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen :

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

b. *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan konsumen terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.

c. *Problem analysis*

Konsumen yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance – performance analysis*

Dalam teknik ini, responden diminta untuk merangkai berbagai elemet (atribut) dari penawaran berdasarkan setiap elemen tersebut. Selain itu responden jugadiminta merangkai seberapa baik kinerja perusahaan pada masing-masing elemen tersebut.

Menurut Handi (2002: 3): "Kepuasan konsumen merupakan persepsi kepada produk dan jasa yang telah memenuhi harapan. Di sisi lain, kepuasan konsumen merupakan hasil dari sebuah perasaan dari diri konsumen dalam menggunakan produk atau jasa."

Menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry yang dikutip dalam (Lovelock C. a., 2004), dimensi dari kepuasan konsumen dibagi menjadi beberapa macam yaitu:

- a. Harapan (expectations). Kemampuan sebuah perusahaan dalam pemberian penyesuaian (customize) terhadap pengguna layanan untuk suatu produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen.
- b. Penyampaian jasa yang dirasakan (perceived delivery product or service). Kemampuan pelayanan terhadap konsumen atau pengguna jasa pada saat penjualan produk atau jasa.
- c. Konfirmasi atau diskonfirmasi (confirmation or disconfirmation). Kemampuan sebuah perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tujuan agar konsumen tidak merasa kecewa kemudian merasa puas terhadap produk atau jasa sesuai dengan janji perusahaan.
- d. Perilaku mengeluh (complaining behavior). Kapasitas sebuah perusahaan dalam menjelaskan umpan balik konsumen yang negatif menjadi positif.

Menurut (Zeithaml V. B., 2003), faktor yang dapat menentukan puas atau tidaknya konsumen adalah:

- a. *Product and service features*. Kepuasan para konsumen atas suatu jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi para konsumen atas fitur jasa yang ditawarkan. Konsumen membandingkan berbagai fitur dari jasa yang tergantung pada tipe jasa yang dievaluasi.
- b. *Consumer emotions*. Perasaan pelanggan juga mampu mempengaruhi persepsi kepuasan atas jasa. Perasaan seseorang atas jasa dapat dipengaruhi oleh kondisi suasana hati seseorang ketika memakai jasa tersebut.
- c. *Attributes for service success or failure*. Atribut dari jasa mampu berpengaruh terhadap persepsi dari kepuasan. Pada saat konsumen terkejut dengan hasil yang didapat, mereka akan mencari faktor di balik hal itu, penilaian ini lah yang akan mempengaruhi kepuasan mereka.
- d. *Perceptions of equity or fairness*. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh persepsi dari keadilan dan kewajaran. Pelanggan secara otomatis membandingkan apakah mereka diperlakukan dengan cara adil dibandingkan pelanggan lain, apakah pelanggan lain mendapat perlakuan dan kualitas pelayanan yang lebih baik atau sebaliknya. Pikiran tentang keadilan merupakan pusat persepsi para konsumen atas kepuasan terhadap jasa.

Neuhaus dalam (Tjiptono, 2005) berpendapat tentang tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan, yaitu:

- a. *Demanding customer satisfaction*

Tipe ini adalah tipe kepuasan yang aktif. Adanya emosi yang positif dari para konsumen, yaitu optimisme serta kepercayaan.

b. Stable customer satisfaction

Konsumen dalam tipe ini memiliki tingkat aspirasi tidak aktif dan perilaku yang menuntut emosi positifnya kepada penyedia jasa yang memiliki ciri-ciri *steadiness* dan *trust* dalam hubungan yang telah terjalin. Konsumen menginginkan segalanya tetap sama.

c. Resigned customer satisfaction

Konsumen tipe ini juga merasa puas, namun kepuasannya tidak disebabkan oleh pemenuhan harapan, namun disebabkan oleh kesan bahwa tidak realistis untuk berharap secara lebih.

d. Stable customer dissatisfaction

Konsumen tipe ini tidak puas terhadap kinerja pihak perusahaan, namun mereka cenderung pasif serta tidak melakukan apa-apa.

e. Demanding dissatisfaction

Tipe ini bercirikan tingkat aspirasi yang sangat aktif dan perilaku menuntut. Pada tingkat emosi yang berlebih ketidakpuasannya menimbulkan protes dan bersifat sebagai oposisi.

Menurut (Kotler P, 2003), ciri-ciri konsumen yang merasa puas adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi nyaman menggunakan jasa pelayanan yang diberikan atau menjadi konsumen yang loyal
- b. Merasa senang jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru dan menyempurnakan produk atau jasa yang ada
- c. Memberi komentar yang menguntungkan dan bersifat membangun tentang produk perusahaan
- f. Memberikan gagasan-gagasan atau ide-ide kepada perusahaan tersebut

Kepuasan memiliki indikasi-indikasi tertentu yang mencerminkan bahwa konsumen puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Gambaran indikasi yang pertama, tercermin misalnya dari pendapat (Evans, 2000) yang mengatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan suatu jasa, produk, manusia, proses serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan para konsumen. Kualitas pelayanan juga memiliki arti sebagai sesuatu aspek yang berhubungan dengan kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan yang memiliki kualitas baik adalah apabila dapat menyediakan produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

Pernyataan yang lain, (Pasolong, 2008) menjelaskan salah satu ukuran dari keberhasilan suatu pelayanan yang berkualitas sangat tergantung dengan kepuasan konsumen yang dilayani. Indikasi kepuasan yang kedua ditunjukkan konsumen merasa puas ketika mereka merasa senang serta puas dengan pelayanan, sarana prasarana, perhatian secara individu, keramahan pelayanan yang didapat, serta merasakan ketulusan karyawan yang melayani.

4.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh konsumen. Artinya kualitas didasarkan pada pengalaman aktual konsumen terhadap jasa yang diukur berdasarkan persyaratan tersebut. Menurut (Parasuraman, 1996) pengukuran dan pencapaian kualitas pelayanan telah memberikan sisi yang menguntungkan bagi perusahaan karena beberapa alasan seperti efektifitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan pemenuhan tingkat kepuasan. Sehingga kualitas merupakan tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Model dari *Service Quality* (kualitas pelayanan) yang revolusioner telah dikembangkan oleh (Parasuraman Z. V., 1985). Model *Service Quality* ini berawal dengan 10 dimensi, kemudian direduksi menjadi 5 dimensi. Ada 5 dimensi inti dari model *Service Quality* menurut (Parasuraman A., 1988) yaitu:

1. *Tangibility* (bukti langsung) merupakan aspek yang meliputi fasilitas fisik, penampilan personil, serta perlengkapan pada perusahaan.
2. *Reliability* (keandalan) merupakan suatu kemampuan dalam memberikan pelayanan sesegera mungkin, tepat, akurat, serta memuaskan.
3. *Assurance* (jaminan) merupakan cakupan dari pengetahuan, kesopanan, serta sifat yang mampu dipercaya. Hal ini dimiliki oleh para staf yang memberikan rasa bebas dari resiko dan bahaya lainnya.
4. *Emphaty* (empati) merupakan perhatian kemudian memberikan kemudahan dalam menciptakan suatu hubungan, perhatian secara pribadi serta memahami kebutuhan pelanggan.

5. *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan hasrat para staf dalam melakukan keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Parasuraman Z. V., 1985).

Di negara berkembang model *Service Quality* ditemukan tidak memuaskan terutama di negara yang berorientasi budaya (Laroche, 2004). Oleh karena itu, (Raajpoot, 2004) mengadaptasi dan memperluas model *Service Quality* dalam perspektif budaya yang diberi penamaan model PAKSERV. Model PAKSERV yang baru dikembangkan terdiri dari enam dimensi untuk mengukur kualitas layanan dalam konteks budaya Pakistan. Model PAKSERV menegaskan tiga dimensi model SERVQUAL namun menggantikan responsif dan empati dengan tiga dimensi baru yaitu *sincerity*, *formality*, dan *personalization*.

Dari pengertian diatas, maka kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika kenyataan yang diterima kurang dari apa yang diinginkan maka pelayanan dikatakan tidak bermutu. Menurut Tjiptono (2011) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen pada jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Pemeliharaan kualitas pelayanan yang diinginkan sangat penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan memberikan kepuasan bagi pihak yang diberi pelayanan (Brown, 2007). Misalnya dalam masyarakat Muslim dimensi kualitas layanan seperti ketulusan, formalitas, dan personalisasi dianggap tepat dan bermanfaat (Raajpoot, 2004). Adanya perbedaan prinsip yang berkaitan dengan persepsi kualitas layanan antara orang-orang dari masyarakat di negara-negara non-barat (Raajpoot, 2004) mengembangkan skala PAKSERV untuk mengukur kualitas layanan. Temuan PAKSERV mengkonfirmasi dimensi *Service Quality* dari tangibility (keahlian personel layanan), Formalitas (bentuk spiritual), dan personalisasi (penyesuaian dan perhatian individual) merupakan variabel tambahan yang sesuai dengan kebudayaan non-barat dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Parasuraman di tahun 1996 dengan lima variabel kualitas pelayanan. Model PAKSERV disarankan untuk digunakan dalam budaya Islam dan diharapkan dapat bekerja dengan baik dalam menangkap fenomena kualitas pelayanan (Raajpoot, 2004).

Pencapaian kualitas pelayanan sangat penting untuk pertumbuhan organisasi (Berry, 1989). Tingkat kualitas pelayanan telah dinilai dengan mengukur perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan dengan suatu layanan (Othman, 2002). Perbedaan yang lebih rendah dalam harapan dan persepsi pelanggan dikaitkan dengan kualitas layanan yang tinggi. Semua enam dimensi PAKSERV divalidasi dan ditemukan bahwa dimensi ini berkontribusi pada pengukuran kualitas layanan. Selain temuan PAKSERV, pengetahuan yang tulus dan personal tentang pelanggan telah dianggap sebagai elemen kunci untuk

membangun dan menumbuhkan hubungan layanan jangka panjang (Gronroos, 2000). Penelitian terdahulu telah menekankan perlunya mencapai standar kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen atau pengguna layanan (Kassim, 2010).

Berikut merupakan dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut model PAKSERV berdasarkan pengembangan (Raajpoot, 2004) yaitu ;

1. Bukti fisik (*tangibles*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi kapabilitas perusahaan dalam melayani terdiri dari fasilitas, ketersediaan peralatan yang mendukung, karyawan, dan peralatan komunikasi. Peralatan yang digunakan bersifat modern, mudah dipahami, serta menarik untuk digunakan. Hal ini mendukung peran dari kualitas pelayanan sebagai bentuk kemampuan fisik sarana prasarana yang memuaskan serta mampu memenuhi ekspektasi pengguna layanan.
2. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk konsumen tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Sehingga

kapabilitas staff perusahaan dalam memberikan pelayanan menjanjikan dan memuaskan. Keandalan meliputi penepatan janji kepada para pengguna layanan dan pelayanan yang dilakukan kapanpun sebagai bentuk komitmen serta tanggung jawab perusahaan.

3. Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan yang memiliki beberapa komponen, antara lain :

a) Komunikasi (*communication*) merupakan secara terus menerus memberikan informasi kepada konsumen dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga konsumen dapat mengerti apa yang diinformasikan pegawai serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dan complain dari para konsumen.

b) Kredibilitas (*credibility*) merupakan jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada konsumen yaitu sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.

c) Kompetensi (*competence*) merupakan keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dapat dilaksanakan dengan optimal.

d) Sopan santun (*courtesy*) merupakan nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Jaminan ini diberikan kepada konsumen sesuai dengan kondisi dan situasi.

4. Ketulusan (*sincerity*) ditunjukkan dari bagaimana pengguna layanan merasakan atas keseriusan perusahaan dalam memberikan suatu layanan kepada mereka. Dimensi tersebut merupakan suatu wujud adanya kualitas layanan yang penting ketika melakukan survey kepada konsumen. Karena suatu kualitas tidak akan dapat dikatakan berkualitas dan bernilai jika tidak adanya keseriusan dan kesungguhan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan maksimal. Keseriusan tersebut dapat mempengaruhi keinginan serta kebutuhan konsumen dimasa depan. Dalam aspek ketulusan terdapat aspek penting yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menjalankan kualitas pelayanan, aspek tersebut yaitu karyawan memiliki perilaku baik terhadap konsumen serta tulus dalam melayani kepada siapapun.
5. Formal (*Formality*) diartikan sebagai komunikasi secara formal yang dipertahankan dan perhatian dilakukan dengan baik dalam melakukan pelayanan yang berkualitas dan bernilai bagi pengguna layanan. Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen. Sehingga kemudahan menjalin hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman mengenai keinginan serta hal yang dibutuhkan oleh pengguna layanan.

6. Personalisasi (Personalization) adalah suatu aspek dalam memberikan perhatian secara tulus yang bersifat individual atau pribadi diberikan kepada konsumen dengan berusaha memahami apa yang menjadi keinginan serta kebutuhannya. Hal ini merupakan gambaran penyedia layanan memperhatikan dengan kesungguhan mengenai perhatian individu dan layanan yang baik. Sebagian pengguna layanan memiliki prinsip bahwa dalam pelayanan membutuhkan pendekatan personal atau individu sebagai pemenuhan ekspektasi mereka dalam kualitas pelayanan. Aspek personalisasi merupakan suatu aspek yang wajib dijalankan seluruh perusahaan dalam hal menjaga kualitas pelayanan agar tetap konsisten kepada para konsumen.

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan adalah standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan aktivitas apapun dalam memecahkan setiap masalah. Menurut (Mustaq, 2011) Islam tidak mengakui dan mengingkari sebuah keimanan yang tidak membuahkan perilaku yang baik. Islam mengajarkan kepada umat manusia agar memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yakni bersifat professional, amanah dan memelihara etos kerja.

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan harus berdasarkan pada nilai-nilai syariah guna

mewujudkan nilai ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syari'at Islam.

Pengertian hukum kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai di dalam Al-Qur'an akan tetapi didasarkan pada konsep memberikan pelayanan yang baik kepada manusia itu telah diperintahkan oleh Allah SWT, terdapat dalam Al-Qur'an pada surat Al – Imron ayat 159. Artinya : “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Dari ayat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa setiap manusia dituntut untuk berperilaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Sama halnya dengan konsumen yang harus mendapatkan pelayanan dengan baik. Dengan pelayanan yang baik akan dapat memberikan efek bagi perusahaan yaitu kepuasan kepada konsumen.

Bukti fisik adalah suatu bentuk penampilan fisik, contohnya fasilitas, ketersediaan peralatan yang mendukung, karyawan, dan peralatan komunikasi. Dalam menjalankan operasional perusahaan harus memperhatikan sisi penampilan karyawan dalam berbusana yang santun, beretika dan syar'i. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah Qur'an Surat Al-A'raf ayat 26 yang artinya : “Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi

auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.”

Kehandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dengan akurasi yang tinggi. Dalam Islam pun telah dicontohkan teladan yang tentunya dapat dijadikan pedoman dalam muamalah. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah Qur'an Surat Al-Ahzab ayat 21 yang artinya : “Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat dan yang banyak mengingat Allah.”

Ketulusan adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan sepenuh hati dengan ikhlas dengan penyampaian informasi yang jelas. Dalam Islam mengatakan bahwa harus tulus serta ikhlas dalam melakukan segala sesuatu yang dikerjakan. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Insyirah ayat 7 yang artinya : “Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”

Jaminan adalah pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai LLDIKTI Wilayah VI menumbuhkan rasa percaya para konsumen. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Etika berkomunikasi dalam melayani konsumen agar terhindar dari manipulasi

serta berbicara bohong saat menawarkan suatu jasa dalam sebuah perusahaan. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Surat Asy-Syu'ara ayat 181-182 yang artinya : “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar.”

Personalisasi adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Perhatian yang diberikan kepada konsumen hendaknya dilandasi keimanan dalam rangka menjalankan segala perintah Allah supaya selalu berbuat yang baik kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah dalam Surat An-Nahl ayat 90 yang artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

4.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Kualitas layanan adalah *effort* perusahaan dalam memberikan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna layanan, tepat sasaran dalam pelaksanaannya memiliki tujuan agar sesuai dengan persepsi harapan pelanggan (Tjiptono F, 2007). Kualitas layanan terdapat dalam persepsi pengguna layanan, hal ini berarti apabila persepsi pengguna layanan terhadap kualitas layanan tinggi mengindikasikan kualitas layanan perusahaan tersebut dinilai baik (Tjiptono F, 2011).

Penelitian yang telah dilakukan (Kotler P, 2003) memiliki hasil kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian penelitian (Tjiptono F, 2005) berpendapat terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan pelanggan melalui. Kemudian, hasil penelitian serupa dengan penelitian (Barata, 2004) berpendapat bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu puas kepada perusahaan (Barata, 2004).

Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur untuk menentukan kepuasan para konsumen dalam penggunaan jasa yang dilakukan, karena dengan melalui aspek kualitas pelayanan mampu menilai kinerja serta merasakan puas atau tidaknya konsumen dengan pelayanan yang disajikan oleh penyedia jasa. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen telah diperkuat dalam sebuah jurnal penelitian yang dilakukan oleh (Swastika, 2005) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka keputusan dari para konsumen akan berdampak positif disebabkan oleh kualitas pelayanan dapat memberikan *value* (nilai) lebih terhadap kepuasan konsumen.

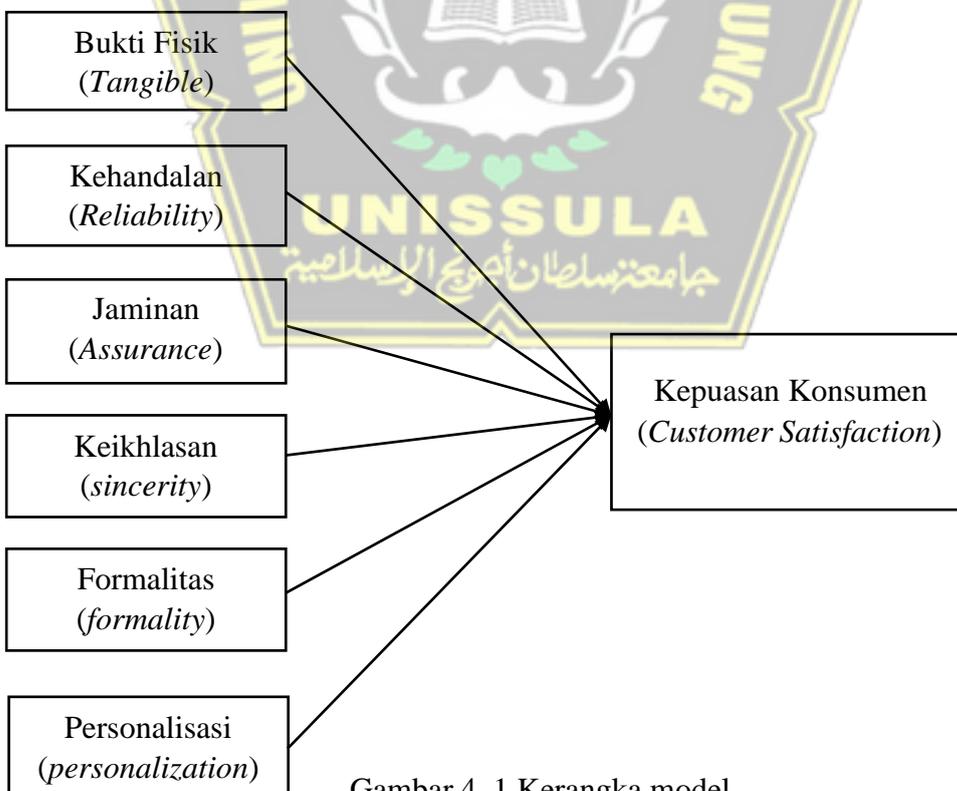
Penelitian yang sama dilakukan oleh (Hallowell, 2002) Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan merupakan hasil penilaian yang bersumber dari pelanggan dengan mengedepankan keunggulan atau keistimewaan suatu layanan secara menyeluruh. Jika penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang bersifat positif, maka kualitas pelayanan ini akan memiliki dampak kepada kepuasan konsumen.

(Lupiyoadi, 2006) mengatakan bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan mampu menciptakan suatu persepsi yang bersifat positif dari pengguna jasa terhadap perusahaan, kemudian akan menghasilkan kepuasan pada pelanggan. Selanjutnya menurut (Laksana, 2008) , bahwa kepuasan yaitu perbandingan antara kualitas jasa yang dirasakan oleh konsumen dengan kualitas yang dipersepsikan atau diharapkan. Apabila kualitas yang dirasakan melebihi dengan yang diharapkan, maka akan muncul suatu rasa kepuasan. Namun sebaliknya apabila kualitas yang dirasakan konsumen lebih rendah dengan apa yang diharapkan sebelumnya, maka konsumen akan merasa kecewa sebagai bentuk ungkapan tidak puas dengan jasa layanan yang diberikan.

(Majid, 2009), berpendapat bahwa dalam pelayanan yang baik dan memiliki kualitas akan mampu memenuhi harapan-harapan pelanggan, kemudian ketika harapan para pelanggan terpenuhi maka dapat dipastikan pelanggan tersebut merasakan suatu kepuasan dari pelayanan tersebut. Pernyataan dari (Kotler P. d., 2009) menguatkan bahwa pelanggan akan merasa sangat puas apabila mendapatkan pelayanan yang melebihi harapan sebelumnya. apabila yang

dirasakan melebihi dari apa yang diharapkan oleh konsumen, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan, namun apabila yang dirasakannya kurang dari harapan sebelumnya, maka pelanggan tentu akan kecewa sebagai bentuk ketidakpuasannya.

(Kotler P. d., 2001) dalam (Laksana, 2008) berpendapat bahwa *customer satisfaction is closely linked to quality in recent year, many companies have adapted total quality managemen (TQM) program, designed to constanly improve the quality of their products services and marketing process, quality has a direct impact on a product perfomance and hence on customer satisfaction.* Maka kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen.



Gambar 4. 1 Kerangka model

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah VI merupakan lembaga pelayanan yang bergerak dalam bidang pendidikan, riset, serta peningkatan kualitas mutu seluruh perguruan tinggi dalam lingkup Provinsi Jawa Tengah. Tentunya dalam proses pencapaian optimalisasi layanan akan membutuhkan berbagai strategi dan inovasi-inovasi untuk mencapai tujuan utama. Pelayanan prima menjadi suatu kewajiban dalam memberikan kepuasan terhadap perguruan tinggi yang ada di Jawa tengah. Mekanisme pekerjaan yang sangat beragam menjadi tantangan tertentu untuk tetap menjaga kualitas pelayanan tetap stabil berada di level maksimal. Sebagai proses untuk mencapai hal tersebut membutuhkan suatu produk yang berupa proses bisnis serta standar pelayanan publik yang keduanya memiliki fungsi serta kegunaan dalam ranah yang berbeda.

Fungsi HKTL LLDIKTI Wilayah VI melakukan pelayanan terhadap fungsi-fungsi lain dalam internal LLDIKTI Wilayah VI terdiri dari fungsi Perencanaan Penganggaran, Hubungan Masyarakat, kemahasiswaan, Bagian Umum, Kelembagaan, Akademik, Sarana Prasarana, PTK, Sistem Informasi, Arsip. Salah satu tugasnya adalah memfasilitasi fungsi-fungsi LLDIKTI Wilayah VI dalam penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik. Dalam penyusunan tersebut melalui mekanisme sebagai berikut:

1. Pemberian informasi kepada masing-masing fungsi bagian di LLDIKTI Wilayah VI akan diadakannya penyusunan proses bisnis

dan standar pelayanan sehingga masing-masing fungsi bagian dapat mempersiapkan data-data yang dibutuhkan

2. Pengumpulan data berupa mekanisme-mekanisme serta data-data pendukung lainnya dalam penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan
3. Data yang dikumpulkan dihimpun ke dalam google spreadsheet disusun dalam masing-masing fungsi bagian
4. Penyusunan data dari masing-masing fungsi berdasarkan aktivitas-aktivitas per fungsi
5. Pengujian oleh narasumber sebagai proses evaluasi awal sebelum melakukan uji publik untuk standar pelayanan
6. Perbaikan evaluasi dari narasumber serta perbaikan-perbaikan dari masing-masing fungsi sebelum uji publik
7. Melakukan uji publik sebagai bentuk persetujuan serta evaluasi dari khalayak umum perguruan tinggi
8. Penetapan standar pelayanan LLDIKTI VI dan publikasi standar pelayanan kepada masyarakat

Sebagai fungsi yang bergerak di bidang pelayanan, HKTL perlu memberikan pentingnya pelayanan prima agar konsumen merasa bahwa harapan mereka terpenuhi dengan pelayanan yang memuaskan. Keberhasilan pelayanan akan berdampak baik bagi suatu lembaga atau organisasi yang berpengaruh terhadap kepercayaan maupun loyalitas pelanggan (Griffin, 2005). Hal ini

memaksa lembaga untuk berorientasi kepada konsumen dengan cara memberikan pelayanan maksimal.

Urgensi pentingnya kualitas pelayanan tersebut merupakan faktor utama dalam optimalisasi kualitas pelayanan kepada para konsumen. Dimana dalam hal ini memiliki korelasi pelayanan yang dilakukan oleh fungsi HKTL terhadap pelayanan penyusunan proses bisnis serta standar pelayanan publik. Kepuasan konsumen merupakan suatu prioritas utama serta cita-cita dalam lembaga pelayanan sebagai proses pencapaian consumer satisfaction di dalam service quality (Naik, 2010) oleh sebab itu fungsi HKTL memberikan komitmen kepada pihak-pihak terkait yang menjalin hubungan berkesinambungan serta memiliki sifat penting untuk menjaga hubungan.

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan adalah standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan aktivitas apapun dalam memecahkan setiap masalah. Menurut (Mustaq, 2011) Islam tidak mengakui dan mengingkari sebuah keimanan yang tidak membuahkan perilaku yang baik. Islam mengajarkan kepada umat manusia agar memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yakni bersifat professional, amanah dan memelihara etos kerja.

Pengertian hukum kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai di dalam Al-Qur'an akan tetapi didasarkan pada konsep memberikan pelayanan yang baik kepada manusia itu telah diperintahkan oleh Allah SWT, terdapat dalam Al-Qur'an pada surat Al – Imron ayat 159. Artinya : “Maka berkat rahmat Allah

engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Dari ayat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa setiap manusia dituntut untuk berperilaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Sama halnya dengan konsumen yang harus mendapatkan pelayanan dengan baik. Dengan pelayanan yang baik akan dapat memberikan efek bagi perusahaan yaitu kepuasan kepada konsumen.

Penulis melakukan identifikasi permasalahan di fungsi HKTL LLDIKTI Wilayah VI karena fungsi HKTL merupakan sebuah fungsi yang melayani fungsi-fungsi lain di LLDIKTI Wilayah VI serta memiliki kewajiban sebagai jasa pelayanan. Alasan lain penulis mengidentifikasi permasalahan di dalam fungsi HKTL adalah terdapat adanya beberapa urgensi permasalahan di dalam pelayanan yang mempengaruhi kepuasan fungsi-fungsi lain untuk diberikan solusi yang berlandaskan teori

5.1. Identifikasi Masalah

No	Masalah	Dampak
1	Kurangnya pemahaman mengenai definisi proses bisnis serta standar	Kurang pemahaman akan proses dan standar pelayanan

	<p>pelayanan publik oleh anggota fungsi-fungsi lain.</p>	<p>berdampak pada lamanya pengerjaan penyusunan proses bisnis yang didalamnya berkaitan dengan data yang harus dikumpulkan, sehingga menyebabkan kurang optimalnya kualitas pelayanan dimana tidak hanya merugikan pihak internal namun juga eksternal, sehingga apabila di kemudian hari tidak diperbaiki maka akan menimbulkan permasalahan lain yang lebih kompleks.</p>
2	<p>Tidak adanya batas waktu secara jelas dalam penyusunan proses bisnis sebelum berlangsungnya workshop.</p>	<p>Tidak adanya batasan waktu atau <i>deadline</i> dalam penyusunan proses bisnis menimbulkan kondisi yang tidak ideal serta bersifat berbahaya bagi pelaksanaan penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik. Dimana dalam hal ini</p>

		<p>dapat mengakibatkan mundurnya timeline pengerjaan standar pelayanan publik sehingga pekerjaan lain dapat terabai.</p>
3	<p>Pengumpulan data melalui Google Spreadsheet tidak efektif</p>	<p>Mengingat data proses bisnis serta standar pelayanan publik merupakan produk yang hasil akhirnya akan digunakan oleh <i>stakeholder</i> LLDIKTI Wilayah VI serta Perguruan Tinggi seluruh Jawa Tengah. Tentu hal tersebut harus mencakup hingga bagian-bagian detail mekanisme yang dilakukan oleh masing-masing fungsi. Mekanisme kolektivitas melalui google spreadsheet ini sudah selayaknya segera diubah dengan metode lain yang lebih detail dalam kolektivitas.</p>

5.2. Pembahasan

Permasalahan yang terdapat pada LLDIKTI ialah kurangnya pemahaman fungsi-fungsi mengenai proses bisnis dan standar pelayanan publik, tidak adanya batas waktu penyusunan proses bisnis dan pengumpulan data yang kurang efektif membuat kualitas pelayanan menjadi tidak optimal. Adanya HKTL LLDIKTI yang memberikan fasilitas fungsi-fungsi LLDIKTI Wilayah VI dalam penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik membantu mengurangi kendala yang ada sehingga pelayanan publik menjadi lebih optimal.

Adapun penulis menganalisis kinerja HKTL LLDIKTI menggunakan dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut model PAKSERV. Di negara berkembang model *Service Quality* ditemukan tidak memuaskan terutama di negara yang berorientasi budaya (Laroche, 2004). Oleh karena itu, (Raajpoot, 2004) mengadaptasi dan memperluas model *Service Quality* dalam perspektif budaya yang diberi penamaan model PAKSERV. Model PAKSERV yang baru dikembangkan terdiri dari enam dimensi untuk mengukur kualitas layanan dalam konteks budaya Pakistan. Model PAKSERV menegaskan tiga dimensi model SERVQUAL namun menggantikan responsif dan empati dengan tiga dimensi baru yaitu *sincerity*, *formality*, dan *personalization*. Berikut analisis kinerja HKTL LLDIKTI yang penulis analisis berdasarkan pengembangan (Raajpoot, 2004) yaitu ;

1. Bukti fisik (*tangibles*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:94) bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. Sedangkan Zeithaml et al dalam Raeni Dwi (2018;130) menyatakan bahwa bukti fisik secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi kapabilitas perusahaan dalam melayani terdiri dari fasilitas, ketersediaan peralatan yang mendukung, karyawan, dan peralatan komunikasi. Peralatan yang digunakan bersifat modern, mudah dipahami, serta menarik untuk digunakan. Hal ini mendukung peran dari kualitas pelayanan sebagai bentuk kemampuan fisik sarana prasarana yang memuaskan serta mampu memenuhi ekspektasi pengguna layanan. Selain itu penampilan karyawan juga menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan berkaitan dengan bukti fisik dalam kualitas pelayanan. Dalam menjalankan operasional perusahaan harus memperhatikan sisi penampilan karyawan dalam berbusana yang santun, beretika dan syar'i. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah Qur'an Surat Al-A'raf ayat 26 yang artinya : “Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi

auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.”. Maka dapat disimpulkan bahwa bukti fisik dapat mempengaruhi kepuasan pengguna jasa dalam pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah VI sebagai lembaga pelayanan yang bergerak dalam bidang pendidikan, riset, serta peningkatan kualitas mutu seluruh perguruan tinggi dalam lingkup Provinsi Jawa Tengah tentu saja memiliki peran yang sangat penting sehingga eksistensinya sangat dibutuhkan. LLDIKTI wilayah VI dibantu oleh HKTL LLDIKTI Wilayah VI untuk melakukan pelayanan terhadap fungsi-fungsi lain dalam internal LLDIKTI Wilayah VI terdiri dari fungsi Perencanaan, Penganggaran, Hubungan Masyarakat, kemahasiswaan, Bagian Umum, Kelembagaan, Akademik, Sarana Prasarana, PTK, Sistem Informasi, Arsip. Dimana artinya HKTL LLDIKTI memiliki peran memberikan fasilitas dan sarana untuk fungsi internal LLDIKTI yang berbeda-beda untuk mendukung lancarnya proses pelayanan LLDIKTI pada pihak eksternal.

2. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan terpercaya. Keandalan dalam Rambat Lupiyoadi (2001:148) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan

harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi'. Sedangkan Menurut Tjiptono (2006:70), keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal disepakati. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk konsumen tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Sehingga kapabilitas staff perusahaan dalam memberikan pelayanan menjanjikan dan memuaskan. Keandalan meliputi penepatan janji kepada para pengguna layanan dan pelayanan yang dilakukan kapanpun sebagai bentuk komitmen serta tanggung jawab perusahaan. Dalam Islam pun telah dicontohkan teladan yang tentunya dapat dijadikan pedoman dalam muamalah. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah Qur'an Surat Al-Ahzab ayat 21 yang artinya : “Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat dan yang banyak mengingat Allah.”. Keandalan LLDIKTI sangat dibutuhkan mengingat perannya dalam memberikan pelayanan dalam bidang pendidikan, riset, serta

peningkatan kualitas mutu seluruh perguruan tinggi dalam lingkup Provinsi Jawa Tengah. Maka proses bisnis dibutuhkan untuk membantu memberikan kualitas pelayanan yang baik. Namun, pemahaman mengenai definisi proses bisnis serta standar pelayanan publik yang belum sepenuhnya dipahami oleh anggota fungsi-fungsi lain secara tidak langsung menghambat proses pelayanan eksternal sehingga membuat kualitas pelayanan LLDIKTI kurang baik. Maka adanya HKTL LLDIKTI membantu menyusun proses dan standar pelayanan publik dengan melaksanakan SOP, salah satunya adalah dengan memberikan informasi kepada masing-masing fungsi bagian di LLDIKTI Wilayah VI bahwa akan diadakannya penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan sehingga masing-masing fungsi bagian dapat mempersiapkan data-data yang dibutuhkan. Hal ini dilakukan untuk membantu dalam pengumpulan data yang akan dievaluasi sehingga dapat dilakukan perbaikan dan melakukan uji publik sebagai bentuk persetujuan serta evaluasi dari khalayak umum perguruan tinggi. Hasil dari evaluasi tersebut nantinya berupa penetapan standar pelayanan LLDIKTI VI dan publikasi standar pelayanan kepada masyarakat. Proses tersebut merupakan upaya LLDIKTI dalam meningkatkan pelayanan dari segi kapabilitas staff dalam mengerjakan fungsinya dengan baik sesuai dengan harapan.

3. Jaminan (*assurance*) menurut Zeitzmal dan Bitner (1996) yang dikutip dari Fandi Tjiptono (2002 : 70) menggolongkan *assurance* kedalam

dimensi kualitas jasa yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Jaminan adalah pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai LLDIKTI Wilayah VI menumbuhkan rasa percaya para konsumen. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Etika berkomunikasi dalam melayani konsumen agar terhindar dari manipulasi serta berbicara bohong saat menawarkan suatu jasa dalam sebuah perusahaan. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Surat Asy-Syu'ara ayat 181-182 yang artinya : “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar.” Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:148) jaminan adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan yang terdiri dari beberapa yakni:

- a) Komunikasi (*communication*) merupakan secara terus menerus memberikan informasi kepada konsumen dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga konsumen dapat mengerti apa yang diinformasikan pegawai serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dan complain dari para konsumen. Dr. Hardiyansah dalam Komunikasi Pelayanan Publik (2015, 67)

menyatakan bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang menimbulkan efek tertentu sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Beberapa efek komunikasi adalah sebagai berikut:

- 1) Efek kognitif, yaitu efek yang berkaitan dengan pikiran, nalar, atau rasio. Dimana komunikasi menyebabkan orang yang semula tidak tahu menjadi tahu, yang semula tidak mengerti menjadi mengerti, atau yang semula tidak sadar menjadi sadar. Sebagai koordinator penyusunan proses bisnis, HKTL bertugas memberikan pengertian dan pemahaman kepada fungsi lain mengenai penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik dimana hal ini disampaikan dengan bahasa yang baik dan mudah dipahami sehingga proses penyusunan bisnis dapat disusun dengan benar.
- 2) Efek afektif, yaitu efek yang berhubungan dengan perasaan. Dimana komunikasi menyebabkan orang yang semula merasa tidak senang menjadi senang, yang semula sedih menjadi gembira, atau yang semula merasa takut atau malu menjadi berani. Dalam menyampaikan informasi, HKTL menggunakan bahasa yang sopan dan mudah dipahami guna menjaga perasaan personal fungsi lain dan juga menjaga formalitas dalam pekerjaan.

3) Efek konatif, yaitu efek yang menimbulkan niatan untuk berperilaku tertentu, dalam arti kata melakukan suatu tindakan atau kegiatan yang bersifat fisik atau jasmaniah. Berkaitan dengan fungsi HKTL sebagai koordinator yang memberikan arahan dan informasi mengenai penyusunan proses bisnis tentu saja banyak ketentuan mengenai data yang ditanyakan, sehingga informasi yang diberikan HKTL akan memotivasi fungsi lain untuk melakukan tindakan yang benar, dimana hal ini berkaitan dengan penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik.

b) Kredibilitas (*credibility*) merupakan jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada konsumen yaitu sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang. Suryani dalam Chairun Nisa (2013, 83) menyatakan bahwa kredibilitas, selain mempunyai keterkaitan dengan faktor kejujuran juga terkait dengan hal-hal yang bersifat psikologis yang mengacu pada kepercayaan dan juga ketertarikan nasabah pada jasa yang ditawarkan. Kredibilitas juga diartikan sebagai kualitas, kapabilitas, atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan. Kredibilitas akan tercermin dari pengetahuan atau pemahaman karyawan terhadap produk, keterbukaan karyawan, dan kemampuan karyawan dalam menghadapi masalah. Sebagai

Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah VI Jawa Tengah, kredibilitas sangat penting dimiliki berkaitan dengan tanggung jawabnya kepada Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah VI dan fungsinya yang memberikan fasilitas peningkatan mutu penyelenggaraan pendidikan tinggi di Jawa Tengah. HKTL sebagai koordinator penyusunan proses bisnis tentu saja harus memiliki kredibilitas dalam mengkoordinir jalannya kegiatan tersebut salah satunya dengan memahami tugasnya sebagai koordinator seperti mampu memberikan jawaban tentang pertanyaan fungsi lain seputar penyusunan proses bisnis sesuai dengan ketentuan yang ada.

- c) Kompetensi (*competence*) merupakan keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dapat dilaksanakan dengan optimal. Elan & Adi menyatakan bahwa kompetensi kerja merupakan suatu ketrampilan yang dimiliki oleh seseorang terhadap segala aspek pekerjaan yang akan dijalankan dan ketrampilan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan dalam pekerjaannya. Kompetensi mempunyai arti yang sama dengan kata kemampuan kecakapan atau keahlian. Pegawai yang mempunyai kompetensi kerja yang baik tentu akan mudah untuk melaksanakan semua tanggung jawab pekerjaan. Mampu

membaca situasi dan permasalahan yang terjadi dalam pekerjaan serta dapat memberikan respon yang tepat dan memiliki penyesuaian diri yang baik dengan lingkungannya. Sebagai lembaga yang bersifat pelayanan publik di bidang pendidikan tinggi, maka produk yang diciptakan oleh LLDIKTI Wilayah VI sebagian besar berupa pelayanan terhadap instansi perguruan tinggi Jawa Tengah. Pelayanan yang diberikan berbasis kebutuhan serta keperluan penjaminan mutu pendidikan tinggi. Maka dibutuhkan kompetensi untuk memberikan pelayanan yang baik dibuktikan dengan banyaknya bagian atau fungsi LLDIKTI Wilayah VI dalam memberikan pelayanan yang maksimal sesuai dengan kompetensi. Adanya HKTL LLDIKTI membantu melakukan pelayanan optimal terhadap fungsi-fungsi lain dalam internal LLDIKTI juga membantu memberikan pelayanan yang optimal sehingga fungsi lain dapat menyusun proses bisnis dengan baik.

- d) Sopan santun (*courtesy*) merupakan nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Gillin dan Gillin dalam Rahmayanti menyatakan bahwa “Interaksi sosial adalah hubungan sosial yang menyangkut hubungan orang perorang atau kelompok dengan kelompok lainnya.” Interaksi sosial menyebabkan lahirnya perubahan perasaan dan pola pikir pada pihak-pihak yang terlibat terutama secara fisik. Rahmayanti

juga menyatakan bahwa *courtesy* adalah suatu perlakuan yang baik kepada seseorang (orang lain), maksudnya terhadap konsumen guna menyenangkan mereka agar mereka merasa puas dengan pelayanan kita. *Courtesy* menyangkut cara penerimaan yang tulus, keramah tamahan dalam menerima atensi konsumen, tutur kata/ cara berbicara yang ramah dan tindakan lainnya yang dapat membuat konsumen puas. *Courtesy* hendaknya dilakukan oleh setiap karyawan jasa usaha yang berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan konsumen. Sebagai lembaga yang bersifat pelayanan publik di bidang pendidikan tinggi, sopan santun sangat dibutuhkan oleh LLDIKTI yang ditanamkan pada staff sehingga dapat memberikan pelayanan yang optimal dan menghasilkan kepuasan pada pihak pengguna jasa. Kesopanan ditunjukkan dengan penampilan, tingkah laku dan bahasa yang diterapkan setiap harinya di lingkungan LLDIKTI sehingga semua fungsi memiliki sopan santun dalam berinteraksi dan menjalankan tugas di lingkungan LLDIKTI. Begitu juga dengan HKTL yang tidak hanya berhubungan dengan internal namun juga eksternal, dalam memberikan informasi kepada fungsi lain menggunakan bahasa dan perilaku yang sopan sehingga fungsi lain merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

4. Ketulusan (*sincerity*) ditunjukkan dari bagaimana pengguna layanan merasakan atas keseriusan perusahaan dalam memberikan suatu layanan kepada mereka. Rambat Lupiyoadi (2001:148) menerangkan empati adalah “memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen Dimensi tersebut merupakan suatu wujud adanya kualitas layanan yang penting ketika melakukan survey kepada konsumen. Karena suatu kualitas tidak akan dapat dikatakan berkualitas dan bernilai jika tidak adanya keseriusan dan kesungguhan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan maksimal. Keseriusan tersebut dapat mempengaruhi keinginan serta kebutuhan konsumen dimasa depan. Dalam aspek ketulusan terdapat aspek penting yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menjalankan kualitas pelayanan, aspek tersebut yaitu karyawan memiliki perilaku baik terhadap konsumen serta tulus dalam melayani kepada siapapun. Dalam Islam mengatakan bahwa harus tulus serta ikhlas dalam melakukan segala sesuatu yang dikerjakan. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Insyirah ayat 7 yang artinya : “Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).” Sebagai koordinator penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik HKTL bertanggung jawab menjamin workshop berjalan dengan lancar dan sesuai. Upaya dalam mencapainya, HKTL membantu memberikan

pemahaman mengenai penyusunan proses bisnis yang disusun oleh fungsi lain, HKTL dengan tulus membantu seperti menjelaskan data apa saja yang dibutuhkan dalam penyusunan proses bisnis. Rasa empati juga diberikan karyawan HKTL dalam berinteraksi dan membantu fungsi lain menjalankan tugasnya.

5. Formal (*Formality*) diartikan sebagai komunikasi secara formal yang dipertahankan dan perhatian dilakukan dengan baik dalam melakukan pelayanan yang berkualitas dan bernilai bagi pengguna layanan.

Maulana Hazim (2020, 30) menyatakan bahwa *Formality* adalah suatu kondisi ketika segala sesuatu dilakukan berdasarkan persturan atau adat istiadat yang berlaku. Hal ini meliputi penyesuaian pada nilai nilai dan norma norma yang berlaku dalam masyarakat. Pada dimensi ini, kualitas pelayanan dapat diukur dari hal hal yang berhubungan dengan tingkat social, perbedaan peran dalam masyarakat, bentuk bentuk sapaan, dan upacara keagamaan. Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen. Sehingga kemudahan menjalin hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman mengenai keinginan serta hal yang dibutuhkan oleh pengguna layanan. Sebagai fungsi yang bertanggung jawab kepada Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, LLDIKTI Wilayah IV dan berada pada lingkungan instansi pendidikan

hendaknya menjaga komunikasi secara formal berkaitan dengan kualitas dan nilai yang dijunjung instansi. Komunikasi yang baik berjalan secara internal maupun eksternal di lingkungan LLDIKT membantu membangun hubungan yang baik antar pribadi dan membantu memahami kebutuhan perguruan tinggi yang ada di Jawa tengah sehingga meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam hal ini HKTL membantu meningkatkan kualitas pelayanan kepada fungsi lain

6. Personalisasi (*Personalization*) adalah suatu aspek dalam memberikan perhatian secara tulus yang bersifat individual atau pribadi diberikan kepada konsumen dengan berusaha memahami apa yang menjadi keinginan serta kebutuhannya. Rustono menyatakan bahwa dimensi Kashif dalam Rustono (2017, 33) menjelaskan bahwa *personalization* merupakan gambaran penyedia layanan membayar karena perhatian individu dan layanan. Sebagian pelanggan kata “customize” adalah mutlak, dana menjadi dasar penilaian pelanggan sangat disesuaikan. Kuatnya budaya dalam ketimuran, menjadi unsur lain dalam menghandarkan dimensi kualitas itu sendiri. Hal ini merupakan gambaran penyedia layanan memperhatikan dengan kesungguhan mengenai perhatian individu dan layanan yang baik. Sebagian pengguna layanan memiliki prinsip bahwa dalam pelayanan membutuhkan pendekatan sebagai bentuk perhatian terhadap personal atau individu sebagai pemenuhan ekspektasi mereka dalam kualitas pelayanan. Perhatian yang diberikan kepada konsumen hendaknya

dilandasi keimanan dalam rangka menjalankan segala perintah Allah supaya selalu berbuat yang baik kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah dalam Surat An-Nahl ayat 90 yang artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

Aspek personalisasi merupakan suatu aspek yang wajib dijalankan seluruh perusahaan dalam hal menjaga kualitas pelayanan agar tetap konsisten kepada para konsumen. HKTL LLDIKTI yang dalam tugasnya banyak berinteraksi dengan pihak internal LLDIKTI menjadikan aspek personalisasi sangat penting untuk membangun hubungan yang baik kepada fungsi lain. Begitu pun dengan fungsinya sebagai koordinator dalam penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik yang tidak hanya berhubungan dengan pihak internal namun juga bertanggungjawab menghadirkan narasumber sebagai pemateri serta bertugas mengaudit standar pelayanan publik yang disusun, membuat HKTL berhubungan langsung dengan pihak eksternal. Dalam hal ini personalisasi yang baik perlu ditunjukkan sehingga hubungan dan citra baik di mata pihak eksternal tetap terjaga.

Upaya yang dilakukan HKTL LLDIKTI dalam memberikan fasilitas kepada fungsi-fungsi lain dalam penyusunan proses bisnis dan standar

pelayanan publik bertujuan untuk memberikan kualitas pelayanan yang optimal sehingga berdampak baik pada proses pelayanan konsumen fungsi-fungsi lain baik internal maupun eksternal. Selain itu sebagai koordinator dalam penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik, tentu saja HKTL harus memberikan pelayanan dengan baik dan maksimal sehingga memiliki kualitas pelayanan yang baik.

Kualitas layanan adalah *effort* perusahaan dalam memberikan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna layanan, tepat sasaran dalam pelaksanaannya memiliki tujuan agar sesuai dengan persepsi harapan pelanggan (Tjiptono F, 2007). Kualitas Pelayanan adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu puas kepada perusahaan (Barata, 2004). Kualitas layanan terdapat dalam persepsi pengguna layanan, hal ini berarti apabila persepsi pengguna layanan terhadap kualitas layanan tinggi mengindikasikan kualitas layanan perusahaan tersebut dinilai baik (Tjiptono F, 2011). Dalam kegiatannya sebagai koordinator penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik, HKTL membantu fungsi-fungsi lain dengan memprioritaskan kualitas pelayanan yang baik sehingga menghasilkan kepuasan pada fungsi lain. Tidak hanya membantu secara mekanisme dalam penyusunan proses bisnis, pelayanan yang diberikan juga berkaitan dengan menjalin hubungan baik dengan individu pada fungsi lain sehingga kenyamanan terjaga dan kualitas pelayanan lebih maksimal. Kesopanan dan

keramahan staff HKTL adalah salah satu upaya dalam memberikan pelayanan yang baik disamping pelayanan secara teknis. Kenyamanan yang dirasakan oleh staff fungsi lain akan menghantarkan pada kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan yang seharusnya diberikan oleh HKTL kepada fungsi lain.

Penelitian yang telah dilakukan (Kotler P, 2003) memiliki hasil kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian penelitian (Tjiptono F, 2005) berpendapat terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Kemudian, hasil penelitian serupa dengan penelitian (Barata, 2004) berpendapat bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan konsumen. Tujuan HKTL dalam memberikan pelayanan yang baik terutama dalam penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan adalah agar fungsi-fungsi lain dapat menyusun proses bisnis dengan baik dan tepat waktu. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah kepuasan fungsi-fungsi lain yang menerima pelayanan dari HKTL yang dapat mengukur kualitas pelayanan HKTL dalam menjalankan tugasnya. Dengan

Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur untuk menentukan kepuasan para konsumen dalam penggunaan jasa yang dilakukan, karena dengan melalui aspek kualitas pelayanan mampu menilai kinerja serta merasakan puas atau tidaknya konsumen dengan pelayanan yang disajikan oleh penyedia jasa. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan

konsumen telah diperkuat dalam sebuah jurnal penelitian yang dilakukan oleh (Swastika, 2005) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka keputusan dari para konsumen akan berdampak positif disebabkan oleh kualitas pelayanan dapat memberikan *value* (nilai) lebih terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang sama dilakukan oleh (Hallowell, 2002) dimana hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan merupakan hasil penilaian yang bersumber dari pelanggan dengan mengedepankan keunggulan atau keistimewaan suatu layanan secara menyeluruh. Jika penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang bersifat positif, maka kualitas pelayanan ini akan memiliki dampak kepada kepuasan konsumen. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada fungsi-fungsi lain, HKTL membantu fungsi lain dalam menyelesaikan tugasnya seperti dalam peyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik. Hal ini tentu berdampak positif baik bagi fungsi-fungsi lain sebagai penyusun proses bisnis dan standar pelayanan publik maupun HKTL sebagai koordinator. Kualitas pelayanan tersebut diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada fungsi-fungsi lain dalam menggunakan pelayanan HKTL.

(Lupiyoadi, 2006) mengatakan bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan mampu menciptakan suatu persepsi yang bersifat positif

dari pengguna jasa terhadap perusahaan, kemudian akan menghasilkan kepuasan pada pelanggan. Selanjutnya menurut (Laksana, 2008) , bahwa kepuasan yaitu perbandingan antara kualitas jasa yang dirasakan oleh konsumen dengan kualitas yang dipersepsikan atau diharapkan. Apabila kualitas yang dirasakan melebihi dengan yang diharapkan, maka akan muncul suatu rasa kepuasan. Namun sebaliknya apabila kualitas yang dirasakan konsumen lebih rendah dengan apa yang diharapkan sebelumnya, maka konsumen akan merasa kecewa sebagai bentuk ungkapan tidak puas dengan jasa layanan yang diberikan. Dalam hal ini HKTL sebagai koordinator memiliki tugas dalam memberikan informasi kepada masing-masing fungsi bagian di LLDIKTI Wilayah VI akan diadakannya penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan sehingga masing-masing fungsi bagian dapat mempersiapkan data-data yang dibutuhkan. Dalam prosesnya, fungsi-fungsi lain banyak berinteraksi dengan HKTL berkaitan dengan penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik seperti bertanya mengenai data apa saja yang dibutuhkan, apakah data sudah mencukupi hingga kebenaran data yang akan dikumpulkan. Hal ini biasa dilakukan oleh fungsi lain guna menghindari kesalahan dalam pengumpulan proses bisnis sebelum *workshop* dimulai. Dalam hal pelayanan yang diberikan HKTL tentu saja dalam memberikan informasi harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan informatif sehingga fungsi lain tidak kebingungan.

(Majid, 2009) berpendapat bahwa dalam pelayanan yang baik dan memiliki kualitas akan mampu memenuhi harapan-harapan pelanggan, kemudian ketika harapan para pelanggan terpenuhi maka dapat dipastikan pelanggan tersebut merasakan suatu kepuasan dari pelayanan tersebut. Pernyataan dari (Kotler P. d., 2009) menguatkan bahwa pelanggan akan merasa sangat puas apabila mendapatkan pelayanan yang melebihi harapan sebelumnya. Apabila yang dirasakan melebihi dari apa yang diharapkan oleh konsumen, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan, namun apabila yang dirasakannya kurang dari harapan sebelumnya, maka pelanggan tentu akan kecewa sebagai bentuk ketidakpuasannya. HKTL memberikan pelayanan yang menyeluruh kepada staff fungsi lain sehingga penilaian kepuasan dapat dirasakan tidak hanya kepada pihak-pihak tertentu. Maka harapan dalam pelayanan yang diharapkan oleh fungsi lain bisa jadi cenderung sama seperti kecepatan dan kenyamanan yang diberikan HKTL. Hal tersebut HKTL upayakan dengan budaya sopan santun dan keramahan selama pelayanan berlangsung, juga kecekatan dalam penyelesaian tugas yang diminta seperti pendataan dan revisi. Jika tugas-tugas tersebut segera terpenuhi, maka rasa puas pasti didapatkan oleh fungsi lain. Selain itu, sopan santun dan keramahan dalam berinteraksi dengan fungsi lain dapat menjadi nilai tambah dalam kualitas pelayanan yang diberikan. Seperti yang dikatakan oleh Kotler dalam (Laksana, 2008) berpendapat bahwa *customer satisfaction is closely linked to quality in recent year, many companies have adapted total quality managemen (TQM) program, designed to constanly*

improve the quality of their products services and marketing process, quality has a direct impact on a product performance and hence on customer satisfaction. Maka kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Dimana dalam hal tersebut sudah dilakukan oleh HKTL sebagai fungsi yang memberikan pelayanan kepada fungsi-fungsi lain guna memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga berdampak pada kepuasan pengguna.

Kepuasan memiliki indikasi-indikasi tertentu yang mencerminkan bahwa konsumen puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Gambaran indikasi yang pertama, tercermin misalnya dari pendapat (Evans, 2000) yang mengatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan suatu jasa, produk, manusia, proses serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan para konsumen. Sedangkan menurut Handi (2002: 3): "Kepuasan konsumen merupakan persepsi kepada produk dan jasa yang telah memenuhi harapan.

Di sisi lain, kepuasan konsumen merupakan hasil dari sebuah perasaan dari diri konsumen dalam menggunakan produk atau jasa."

Untuk itu kualitas pelayanan memiliki arti sebagai sesuatu aspek yang berhubungan dengan kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan yang memiliki kualitas baik adalah apabila dapat menyediakan produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen dimana ketika kebutuhan terpenuhi maka berpengaruh baik pada kepuasan konsumen.

Menurut (Kotler P, 2003), ciri-ciri konsumen yang merasa puas adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi nyaman menggunakan jasa pelayanan yang diberikan atau menjadi konsumen yang loyal.
- b. Merasa senang jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru dan menyempurnakan produk atau jasa yang ada.
- c. Memberi komentar yang menguntungkan dan bersifat membangun tentang produk perusahaan.
- d. Memberikan gagasan-gagasan atau ide-ide kepada perusahaan tersebut.

Sedangkan menurut (Zeithaml V. B., 2003), faktor yang dapat menentukan puas atau tidaknya konsumen adalah:

- a. *Product and service features*. Kepuasan para konsumen atas suatu jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi para konsumen atas fitur jasa yang ditawarkan. Konsumen membandingkan berbagai fitur dari jasa yang tergantung pada tipe jasa yang

dievaluasi. HKTL yang bertugas untuk melakukan layanan kepegawaian dan tata laksana internal serta eksternal LLDIKTI Wilayah VI dimana fitur jasa yang ditawarkan ialah pelayanan terhadap fungsi lain dimana didalamnya bukti fisik, kehandalan, jaminan, keikhlasan, formalitas dan personalisasi yang diberikan staff HKTL kepada fungsi lain. Pelayanan ini lah yang nantinya dapat dievaluasi oleh fungsi lain. Untuk itu dalam memberikan pelayanan HKTL memperhatikan aspek kenyamanan fungsi lain dengan menunjukkan sikap yang baik dan kecekatan dalam bekerja.

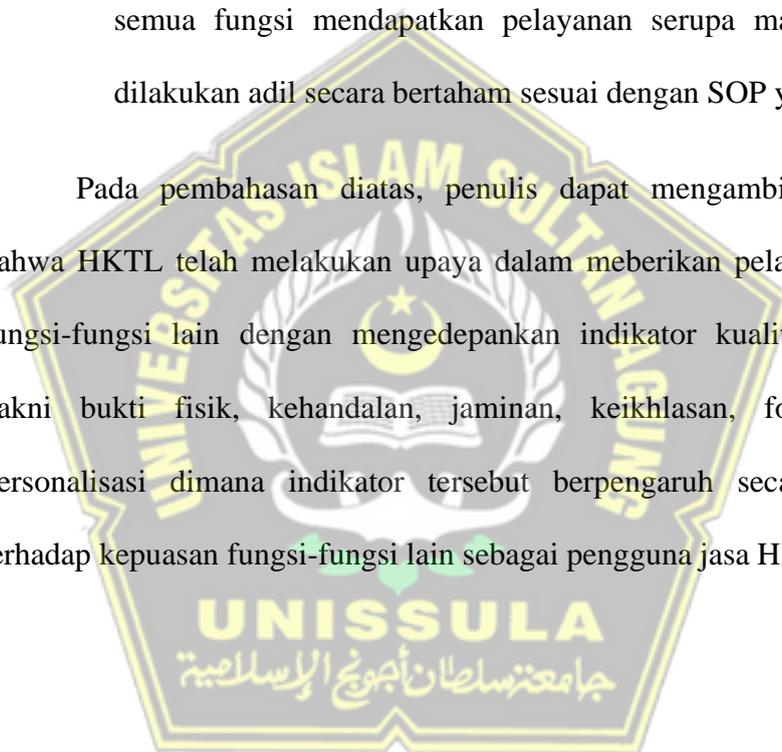
b. *Consumer emotions*. Perasaan pelanggan juga mampu mempengaruhi persepsi kepuasan atas jasa. Perasaan seseorang atas jasa dapat dipengaruhi oleh kondisi suasana hati seseorang ketika memakai jasa tersebut. Sikap sopan dan ramah ditunjukkan staff HKTL guna memberikan pelayanan yang baik berkaitan dengan kenyamanan dalam berinteraksi, dimana HKTL tidak hanya berinteraksi dengan internal namun juga eksternal. Sikap sopan dan ramah ini tidak hanya ditunjukkan ketika memberikan pelayanan saja, namun juga ditunjukkan pada saat staff berada di lingkungan LLDIKTI. Hal ini dilakukan untuk menjaga perasaan antar individu dalam lingkungan LLDIKTI sehingga hubungan baik tetap terjaga dan tercipta kenyamanan dalam bekerja.

c. *Attributes for service success or failure*. Atribut dari jasa mampu berpengaruh terhadap persepsi dari kepuasan. Pada saat konsumen terkejut dengan hasil yang didapat, mereka akan mencari faktor di balik hal itu, penilaian ini lah yang akan mempengaruhi kepuasan mereka. Banyaknya tugas HKTL berupa pelayanan eksternal maupun eksternal yakni pelayanan eksternal berupa inpassing, kenaikan pangkat, Sasaran Kinerja Pegawai (SKP) dosen, absensi dosen PNS Dipekerjakan (DPK), dan lain sebagainya dan pelayanan internal berupa layanan terhadap departemen fungsi-fungsi lain yang berada di dalam LLDIKTI Wilayah VI. Layanan internal ini dapat berupa penyusunan proses bisnis, standar pelayanan publik, SOP, tunjangan kinerja, potongan tunjangan berdasarkan kedisiplinan absen, SKP, dan lain sebagainya membuat fungsi HKTL penting untuk fungsi-fungsi lain. Maka terlepas dari sukses dan tidaknya atribut dan hasil yang didapatkan, HKTL berupaya untuk memberikan yang terbaik dalam pelayanannya melalui staff yang handal dan kredibel dalam bidangnya.

d. *Perceptions of equity or fairness*. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh persepsi dari keadilan dan kewajaran. Pelanggan secara otomatis membandingkan apakah mereka diperlakukan dengan cara adil dibandingkan pelanggan lain, apakah pelanggan lain mendapat perlakuan dan kualitas pelayanan yang lebih baik

atau sebaliknya. Pikiran tentang keadilan merupakan pusat persepsi para konsumen atas kepuasan terhadap jasa. Dalam hal ini HKTL memberikan pelayanan kepada fungsi lain yang berkaitan dengan tugas HKTL seperti penyusunan proses bisnis, standar pelayanan publik, SOP, tunjangan kinerja, potongan tunjangan berdasarkan kedisiplinan absen, SKP dimana hampir semua fungsi mendapatkan pelayanan serupa maka semuanya dilakukan adil secara bertaham sesuai dengan SOP yang berlaku.

Pada pembahasan diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa HKTL telah melakukan upaya dalam memberikan pelayanan kepada fungsi-fungsi lain dengan mengedepankan indikator kualitas pelayanan yakni bukti fisik, kehandalan, jaminan, keikhlasan, formalitas dan personalisasi dimana indikator tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan fungsi-fungsi lain sebagai pengguna jasa HKTL.



BAB VI

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

a. Kesimpulan

Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah VI memiliki tugas untuk memberikan fasilitasi peningkatan mutu penyelenggaraan pendidikan tinggi di provinsi Jawa Tengah. Dalam melaksanakan fungsinya, LLDIKTI diharuskan memiliki kualitas pelayanan yang baik, dimana sebagai proses untuk mencapai hal tersebut membutuhkan proses bisnis serta standar pelayanan publik yang keduanya memiliki fungsi serta kegunaan dalam ranah yang berbeda. Namun, dalam pelaksanaannya ditemukan beberapa kendala yakni:

1. Kurangnya pemahaman mengenai definisi proses bisnis serta standar pelayanan publik oleh anggota fungsi-fungsi lain.
2. Tidak adanya batas waktu penyusunan proses bisnis sebelum berlangsungnya *workshop*.
3. Kurang efektifnya cara pengumpulan data menggunakan Google Spreadsheet yang dinilai kurang detail.

Dalam kualitas pelayanan ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dimana dalam laporan ini menggunakan model PAKSERV berdasarkan pengembangan (Raajpoot, 2004), yakni:

1. Bukti fisik (*tangibles*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Bukti fisik meliputi kapabilitas perusahaan dalam melayani terdiri dari

fasilitas, ketersediaan peralatan yang mendukung, karyawan, dan peralatan komunikasi. Berkaitan dengan hal tersebut LLDIKTI sudah memberikan sarana dan prasarana yang memadai seperti dalam laporan ini disebutkan bahwa adanya spreadsheet untuk pengumpulan data penyusunan proses bisnis. Walaupun belum mendetail namaun adanya sarana ini sangat membantu HKTL dan fungsi-fungsi lain serta pihak eksternal dalam mengakses data.

2. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan terpercaya. Keandalan berkaitan dengan tugas yang dikerjakan HKTL dan fungsi-fungsi lain dimana dalam laporan ini berupa penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik. Belum adanya deadline atau tenggat waktu dalam pengumpulan penyusunan proses bisnis tersebut membuat kurang efektifnya timeline pengerjaan tugas oleh fungsi-fungsi lain sehingga berdampak pada aspek pelayanan yang tidak segera dan akurat.
3. Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Penyusunan proses bisnis yang dilakukan oleh fungsi lain tentu saja disusun sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan pegawai. Hal ini dapat menjadi jaminan dalam pengerjaan proses bisnis dimana tidak ada keragu-raguan karena dikerjakan sesuai dengan bidang masing-masing.

4. Ketulusan (*sincerity*) ditunjukkan dari bagaimana pengguna layanan merasakan atas keseriusan perusahaan dalam memberikan suatu layanan kepada mereka. Dalam lingkungan LLDIKTI ketulusan dalam bekerja harus dimiliki karena berkaitan dengan pelaksanaan tugas seperti penyusunan proses bisnis dimana dibutuhkan keseriusan dalam pengerjaan. Begitu juga pada staf HKTL yang membantu fungsi-fungsi lain dalam proses pengerjaannya.
5. Formal (*Formality*) yakni diartikan sebagai komunikasi secara formal yang dipertahankan dan perhatian dilakukan dengan baik dalam melakukan pelayanan yang berkualitas dan bernilai bagi pengguna layanan. LLDIKTI merupakan instansi yang dalam lingkungannya dibutuhkan formalitas berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan sehari-hari.
6. Personalisasi (*Personalization*) diartikan sebagai komunikasi secara formal yang dipertahankan dan perhatian dilakukan dengan baik dalam melakukan pelayanan yang berkualitas dan bernilai bagi pengguna layanan. Agar keharmonisan tetap terjaga sehingga menghasilkan kerjasama dalam tugas yang diberikan, staff LLDIKTI khususnya HKTL menjaga kualitas pelayanan dengan menggunakan komunikasi secara formal kepada staff internal maupun eksternal LLDIKTI.

Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur untuk menentukan kepuasan para konsumen dalam penggunaan jasa yang dilakukan, karena dengan

melalui aspek kualitas pelayanan mampu menilai kinerja serta merasakan puas atau tidaknya konsumen dengan pelayanan yang disajikan oleh penyedia jasa. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen telah diperkuat dalam sebuah jurnal penelitian yang dilakukan oleh (Swastika, 2005) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka keputusan dari para konsumen akan berdampak positif disebabkan oleh kualitas pelayanan dapat memberikan value (nilai) lebih terhadap kepuasan konsumen.

b. Rekomendasi

Adanya kendala yang menghambat proses bisnis yang berdampak pada pelayanan yang diberikan LLDIKTI, penulis memberikan rekomendasi:

1. Mengganti metode pengumpulan data yakni semula menggunakan metode Google Spreadsheet diganti dengan metode yang lebih efektif dan detail, mengingat data proses bisnis serta standar pelayanan publik merupakan produk yang hasil akhirnya akan digunakan oleh *stakeholder* LLDIKTI Wilayah VI serta Perguruan Tinggi seluruh Jawa Tengah. Dengan metode wawancara yang dinilai lebih efektif, LLDIKTI memiliki database khusus yang didesain untuk mengumpulkan data yang lebih efektif dan detail. Hal ini berkaitan dengan bukti fisik (*tangibles*) dimana menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal dengan adanya

database khusus yang dimiliki LLDIKTI. Metode wawancara dinilai lebih komprehensif serta memiliki tingkat efektifitas yang lebih tinggi serta detail disbanding menggunakan metode form yang ada pada Google Spreadsheet. Dengan menggunakan metode wawancara tim HKTL LLDIKTI Wilayah VI akan mendapatkan data mengenai proses bisnis dan standar pelayanan publik lebih detail serta komprehensif dari stakeholder masing-masing fungsi di LLDIKTI Wilayah VI.

2. Memberikan sosialisasi pemahaman mengenai proses bisnis kepada fungsi-fungsi yang ada di LLDIKTI sehingga pemahaman masing-masing *stakeholder* yang mengikuti *workshop* penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik memahami secara detail definisi dari standar pelayanan publik serta proses bisnis yang disusun oleh tim HKTL LLDIKTI Wilayah VI. Apabila pemahaman telah dimiliki masing-masing fungsi maka akan meningkatkan kehandalan (*reliability*) yang berkaitan dengan pemahaman penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik. Proses bisnis merupakan serangkaian kegiatan *jobdesc* yang harus dilakukan oleh masing-masing staff di LLDIKTI untuk memberikan pelayanan sesuai dengan alur kerja masing-masing fungsi. Proses bisnis dapat diartikan sebagai mekanisme alur kerja karyawan dalam menghasilkan produk akhir. Hal ini perlu dipahami oleh masing-masing fungsi di HKTL LLDIKTI Wilayah

VI mengingat data yang dituangkan dalam database proses bisnis akan digunakan sebagai pedoman alur kerja pada setiap generasi yang ada di LLDIKTI Wiayah VI.

3. Menetapkan tenggat waktu dalam pengumpulan database proses bisnis sebelum berlangsungnya *workshop*. Hal ini berkaitan dengan kehandalan (*reliability*) dan jaminan (*assurance*) dimana database harus terkumpul sebelum *workshop* berlangsung sehingga pelaksanaan *workshop* penyusunan proses bisnis dan standar pelayanan publik berjalan dengan lancar dengan adanya database yang telah terkumpul secara lengkap.
4. Melaksanakan penyusunan proses bisnis dengan memberikan stimulasi motivasi sehingga pelaksanaan penyusunan proses bisnis dilakukan dengan penuh semangat serta data dapat terselesaikan tepat waktu sehingga tidak berakibat pada jalannya *workshop*. Hal ini berkaitan dengan ketulusan (*sincerity*) yang ditunjukkan dengan keseriusan pegawai dalam penyelesaian tugas. Terdapat dalil dari Al Qur'an yang memberikan stimulasi positif dalam melakukan pekerjaan : "Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mu'min akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan." (QS. At-Taubah : 105). Dari ayat tersebut memberikan pemahaman bahwa

melakukan pekerjaan dengan setulus hati niscaya Allah akan meridhoi serta memberikan berkah terhadap setiap pekerjaan yang dilakukan oleh hambanya. "Dan janganlah kamu iri hati terhadap apa yang dikaruniakan Allah kepada sebahagian kamu lebih banyak dari sebahagian yang lain. (Karena) bagi orang laki-laki ada bahagian dari pada apa yang mereka usahakan, dan bagi para wanita (pun) ada bahagian dari apa yang mereka usahakan, dan mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu." (QS. An Nisa :32) dari ayat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa masing-masing orang telah mendapatkan rizqi yang diatur oleh Allah swt. Dalam hal ini manusia tidak perlu merisaukan dan iri hati terhadap rizqi orang lain yang telah diatur oleh Allah swt. Sehingga pentingnya melakukan pekerjaan dengan tulus adalah Allah melihat setiap usaha manusia yang dilakukan dalam pekerjaannya untuk mendapatkan hasil akhir yang telah Allah atur banyak ataupun sedikitnya harapan yang tercapai.

BAB VII

REFLEKSI DIRI

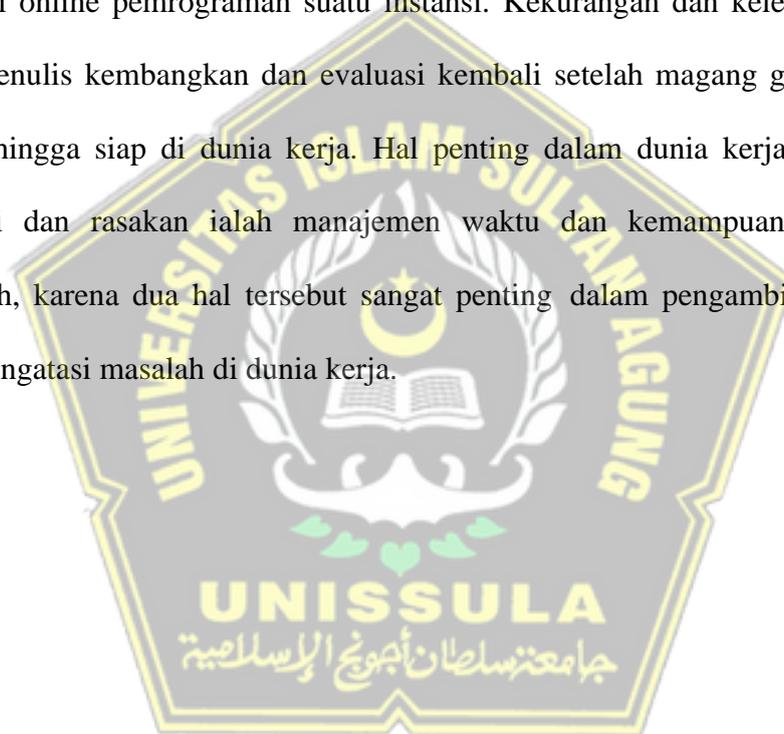
Pada kegiatan magang yang penulis lakukan di HKTL LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah pada 1 Maret hingga 2 Juli 2021 ini penulis mendapatkan banyak pengalaman pada bidang manajemen baik hard-skill maupun soft-skill seperti manajemen waktu hingga komunikasi interpersonal. Tugas-tugas yang diberikan ketika magang memberikan pembelajaran yang sangat berharga bagi saya karena melatih keterampilan serta menambah pengetahuan saya dalam berbagai aspek yang saya dapat. Penulis mendapatkan wawasan praktik dunia kerja melalui masalah dan solusi yang ada melalui brainstorming yang dilakukan saat bekerja terutama dalam penyusunan SOP, proses bisnis, serta standar pelayanan publik. Hal ini tentu saja menambah ilmu penulis terutama dalam bidang *problem solving*.

Keterlibatan penulis dalam uji publik standar pelayanan juga menambah pengetahuan penulis mengenai bagaimana cara untuk manajemen dalam penyusunan standar pelayanan publik yang berhubungan langsung dengan pengguna layanan yaitu seluruh dosen perguruan tinggi Jawa Tengah. Ilmu yang didapatkan pada perkuliahan juga mempermudah penulis dalam menjalankan tugas selama. Selain itu keterlibatan penulis dalam proses penyusunan proses bisnis, menambah pengetahuan penulis tentang bagaimana proses penyusunan proses bisnis serta mempelajari proses bisnis yang ada di LLDIKTI Wilayah VI.

Pengalaman magang di LLDIKTI Wilayah VI memberikan pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis. Dimulai dengan penambahan keterampilan *soft skill*, hingga mempelajari manajemen *service quality* yang sebelumnya belum

penulis dapatkan secara praktik di dunia kerja. Hal ini menjadikan penulis lebih berkembang serta mampu menerapkan ilmu-ilmu selama masa perkuliahan sekaligus mendapatkan ilmu baru.

Pengalaman magang ini juga membuat penulis memahami kekurangan dan kelebihan yang penulis miliki seperti penulis dapat meningkatkan wawasan serta softskill, namun penulis tidak dapat/kurang dalam hal mempelajari system aplikasi online pemrograman suatu instansi. Kekurangan dan kelebihan tersebut akan penulis kembangkan dan evaluasi kembali setelah magang guna perbaikan diri sehingga siap di dunia kerja. Hal penting dalam dunia kerja yang penulis pelajari dan rasakan ialah manajemen waktu dan kemampuan penyelesaian masalah, karena dua hal tersebut sangat penting dalam pengambilan keputusan dan mengatasi masalah di dunia kerja.



Daftar Pustaka

- Amin, M. d. (2008). Pemeriksaan hubungan antara kualitas layanan persepsi dan kepuasan pelanggan : Pendekatan SEM terhadap perbankan Islam Malaysia. *Jurnal Internasional Keuangan dan Manajemen Islam dan Timur Tengah*, *Jil. 1 No. 3*, 191-209.
- Ananth, A. R. (2011). Service quality GAP analysis in private sector banks a customer perspective. *Internationally Indexed Journal*, *2(1)*, 245–252.
- Anggraini, I. N. (2014). Peran Mediasi satisfaction pada pengaruh service quality dan kepercayaan. Tesis Program Magister Manajemen Universitas Brawijaya.
- Barata, A. (2004). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Berry, L. B. (1989). *Kualitas Layanan: Strategi Keuntungan untuk Finansial Institusi*, Dow-Jones Irwin, Homewood, IL.
- Brown, S. d. (2007). Mengamanatkan revolusi layanan untuk pemasaran”, di Lush, RF dan Vargo, SL (Eds), *Logika Pemasaran Layanan-Dominan: Dialog, Debat dan Arah*, ME Sharp, Armonk, NY. 393-405.
- Candan, B. &. (2013). Investigating the relationship between consumption values and personal values of green product buyers. *International Journal of Economics and Management Sciences* *2(12)*, 29-40 .

- Chowdhary, N. d. (2007). Mengutamakan dimensi kualitas layanan quality.
Mengelola kualitas Layanan, Jil. 17 No.5, 493-509.
- Cronin, J. T. (1992). Measuring service quality: a reexamination and axtentlon.
Journal of marketing Vol 56, 55-58.
- Eriswanto, Elan Dan Ade Sudarma. 2017. *Pengaruh Sikap Dan Kompetensi Terhadap Kualitas Pelayanan Publik RSUD R. Syamsudin, Sh. Kota Sukabumi. Universitas Muhammadiyah Sukabumi*
- Evan, d. L. (2000). *Membangun Kepuasan. Jakarta: Rineka Cipta.*
- Evans, L. (2000). *Membangun Kepuasan. Jakarta: RinekaCipta.*
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty Management. Bandung: CV. Mandar Maju.*
- Gronroos, C. (2000). *Manajemen Layanan dan Pemasaran: Manajemen Hubungan Pelanggan Pendekatan, Edisi ke-2. Wiley: Chichester.*
- Halim, Chairun Nisa Dan Tatiksuryani. 2013. *Pengaruh Keramahan, Kredibilitas Dan Citra Karyawan Terhadap Kedekatan Karyawan Dan Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Bank Konvensional Di Surabaya. STIE Perbanas Surabaya*
- Hallowell, R. (2002). *The Relationship of Customer Satisfaction and Loyalty. Bandung: Sinar Baru Algesindo.*
- Haning, M. T. (2018). *Reformasi Birokrasi di Indonesia: Tinjauan Dari Perspektif Administrasi Publik. Volume 4, No.1.*

Hardiyansyah. 2015. *Komunikasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media

Kassim, N. d. (2010). Pengaruh dimensi layanan yang dirasakan pada pelanggan kepuasan, kepercayaan, loyalitas dalam pengaturan e-commerce: analisis lintas budaya. *Jurnal Pemasaran dan Logistik Asia Pasifik, Jil. 22 No.3*, 351-371.

Kaura. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing, 33(4)*, 404-422.

Kotler, P. &. (2012). *Marketing management*. 14th ed . New Jersey: Upper Saddle.

Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Kotler, P. (2003). *Marketing Management The Millenium Edition, 11th edition*. Prentice Hall: Upper Saddle River, NJ.

Kotler, P. d. (2001). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. d. (2009). *Marketing Management, Edisi 13* . New Jersey : Upper Saddle River.

Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Laroche, M. U. (2004). Service quality perceptions and customer satisfaction: evaluating the role of culture. *Journal of International Marketing*, 12(3), 58-85.
- Lau, M. C. (2013). Measuring service quality in the banking industry: A hong kong based study. *Contemporary Management Research* 9(3), 263–283.
- Lovelock, C. a. (2004). Principles of Service Marketing and Management, 2nd ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall Inc.
- Lovelock, d. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa, Cetakan Kedua*. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, R. &. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Majid, S. (2009). *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Moleong, L. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mustaq, A. (2011). *Etika Bisnis Dalam Islam* . Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Naik, C. N. (2010). SERVQUAL, customer satisfaction and behavioural intentions in retailing. *European Journal of Social Sciences*, 17(2), 200–213.
- Norouzi, A. J. (2013). The effective major factors on customer perceived value in service context : The application of ANFIS method, 2(3). 408–416.

- Othman, A. d. (2002). Multidimensi model CARTER untuk diukur kualitas layanan pelanggan di industri perbankan syariah: studi di rumah keuangan Kuwait Kuwait. *Jurnal Internasional Layanan Keuangan Islam, Jil. 13 No. 4*, 1-12.
- Parasuraman. (1996). *A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*.
- Parasuraman. (2005). *E-SQUAL : a multiple-item scale for assessing electronic service quality, Journal of Retailing*, 12-40.
- Parasuraman A., V. Z. (1988). SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Services Quality. *Journal of Retailing*, 64 (Spring), pp.23.
- Parasuraman, Z. V. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *the Journal of Marketing*, 41-50.
- Pasolong. (2008). *Faktor Kualitas Layanan*. Yogyakarta: Andi.
- Raajpoot, N. (2004). Rekonseptualisasi kualitas pertemuan layanan dalam konteks non-Barat. *Jurnal Penelitian Layanan, Jil. 7 No.2*, 181-201.
- Raeni Dwi Santi. 2018. *Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung*. Universitas Komputer Indonesia
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat

- Rustono, Andi Setiawan, Sri Wahyuni, Rif'ah Dwi Astuti. 2019. *Model Pengukuran Service Quality Performance (Servperf) Jasa Transportasi Online: Studi Kasus Pada Perilaku Konsumen Go-Jek Di Kota Semarang*. Politeknik Negeri Semarang.
- Swastika, R. (2005). *Konsep Manajemen Strategis*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Prinsip - Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: CV Andi.
- Tjiptono, F. d. (2005). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tugiman, H. (2006). *Standar Profesional Audit Internal Edisi Kelima*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tushi, T. E. (2014). Holistic Service Marketing Strategies and Corporate Objectives of Firms. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 14(1).
- Tyra, J. H. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal ekonomi dan informasi akuntansi* .
- Weske. (2007). *Business Process Management: Concepts, Languages, Architectures*. Springer.

Windarti, A. O. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama (KCU) Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius)*, Vol. 2, No. 1, Januari.

Zeithaml, V. A. (2000). *Service Marketing, Integrating Customer Focus Across the Firm*. International Edition. Second Edition. USA: McGraw-Hill Higher Education.

Zeithaml, V. B. (2003). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*, International Edition, 3th Edition. New York: Mc Graw Hill Companies. Inc.

