

# Kajian Konsep *Service Quality* pada Penelitian Kepuasan *Stakeholders* di Perguruan Tinggi

Yunia Afiatin

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang, Malang 65145

E-mail : yunia.afiatin@gmail.com

## ABSTRAK

Saat ini perguruan tinggi bersaing dengan penyediaan pelayanan yang berkualitas terutama kepada mahasiswa sebagai *stakeholders* utama. Ketersediaan pelayanan yang berkualitas, akan memberikan kepuasan kepada mahasiswa. Penelitian tentang kualitas layanan perguruan tinggi telah banyak dilakukan. Hasil penelitian tersebut telah memberikan kontribusi yang tinggi dalam perbaikan dan peningkatan kualitas layanan serta sebagai sarana dalam pengembangan penelitian *SERVQUAL*. Tujuan paper ini adalah untuk mengkaji penggunaan konsep-konsep *service quality* dalam penelitian kualitas pelayanan di perguruan tinggi yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen.. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian tentang kualitas layanan berkembang mulai dari konsep *SERVQUAL* sampai munculnya konsep lain yang penerapannya telah disesuaikan dengan kondisi lembaga perguruan tinggi. Masing-masing konsep telah menimbulkan pro dan kontra diantara ahli, karena penggunaan setiap konsep memiliki pertimbangan tertentu. Dengan melakukan penelitian kualitas pelayanan di perguruan tinggi, maka dapat diperoleh informasi kinerja lembaga dan tingkat kepuasan mahasiswa. Konsep kualitas pelayanan dan pengukurannya tergantung kepada jenis jasa, situasi, kebutuhan dan faktor lainnya. Bahwa penggunaan konsep *service quality* di perguruan tinggi dilakukan dengan beberapa penyesuaian berdasarkan organisasi yang dievaluasi maupun jenis responden karena memiliki kebutuhan yang berbeda.

*Keywords:*

*Servqual, perguruan tinggi, kualitas layanan, kepuasan, stakeholders*

## 1. PENDAHULUAN

Saat ini lembaga pendidikan menghadapi persaingan ketat akibat pengaruh globalisasi. Memasuki era pemasaran global yang diwarnai dengan tingginya persaingan usaha, dibarengi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terus bergeser, maka pendekatan pemasaran yang berorientasi produk dan penjualan tidak lagi mesti menjadi pilihan utama. Perusahaan modern dituntut untuk menyesuaikan diri dengan pergeseran nilai pelanggan. Oleh sebab itu, aktivitas pemasaran yang dilakukan hendaknya tidak lagi bertumpu pada filosofi produk dan penjualan, tetapi mesti bergeser kepada filosofi pelanggan dan pemasaran. Ketatnya persaingan akibat perkembangan teknologi dan informasi, dan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap jasa, maka organisasi harus menyediakan jasa yang lebih baik dibandingkan pesaingnya, yaitu mendorong organisasi untuk tidak hanya melihat dari sisi proses tetapi juga cara organisasi menyampaikan jasanya. Kualitas pelayanan perguruan tinggi harus sesuai dengan kebutuhan para *stakeholders* (yaitu, mahasiswa, orangtua, perusahaan, masyarakat dan pemerintah).

Diskusi kualitas pelayanan di perguruan tinggi semakin banyak dibahas, oleh karena itu penilaian kualitas layanan menjadi hal penting dalam menyediakan informasi efektifitas rencana dan program perbaikan bagi institusi. Penilaian

kualitas layanan akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Saat ini menjadi hal yang penting dalam menemukan strategi yang dapat memperkuat persaingan dengan menyediakan pelayanan yang berkualitas, yaitu selalu mencari cara baru yang berbeda dengan lembaga pendidikan swasta maupun negeri. Terdapat dua pertimbangan dalam pemilihan strategi pemasaran yaitu dengan melihat proses awal seleksi calon mahasiswa dan proses selama mahasiswa menjalankan pendidikan.

Saat ini penilaian yang sering dilakukan dalam kualitas layanan hanya dilihat dari pencapaian secara statistik misalkan jumlah lulusan, sementara manajemen melihat dari sisi akreditasi, penilaian ini terdapat kekurangan karena hanya menilai dari sisi kualitas akademik dan kurang perhatian pada aspek pengalaman mahasiswa sebagai pengguna akhir. Dalam penilaian kualitas layanan, komponen *SERVQUAL* yang telah dirumuskan Parasuraman, Zeithml and Barry [1] dalam lima dimensi. Penelitian tentang kualitas layanan semakin berkembang sehingga terdapat beberapa adaptasi komponen kualitas layanan yang telah dilakukan oleh Parasuraman, Zeithml and Barry [1].

Paper ini adalah paper konseptual, yang mereview dari berbagai sumber data sekunder seperti artikel penelitian dan berbagai jurnal. Paper ini

bertujuan untuk menelaah berbagai konsep kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa yang digunakan dalam penelitian di perguruan tinggi, sehingga dapat digunakan dalam penelitian yang akan datang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Karakteristik Jasa

Lembaga pendidikan termasuk perusahaan jasa yang memberikan pelayanan khususnya kepada mahasiswa. Tjiptono [2] menampilkan lima karakteristik jasa antara lain:

1. *Intangibility*. Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi
2. *Inseparability*. Jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama, tidak dapat dipisahkan.
3. *Variability/ Heterogeneity*. Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.
4. *Perishability*. Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan
5. *Lack of ownership* Pada pembelian barang, pelanggan memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Pada pembelian jasa pelanggan mungkin hanya memiliki akses personal atas suatu jasa untuk jangka waktu yang terbatas

Dengan karakteristik ini, maka jasa berbeda dengan barang dilihat dari sisi bagaimana mereka diproduksi, dikonsumsi dan dievaluasi.

### 2.2 Konsep Kualitas Pelayanan

Dalam Tjiptono [2] menjelaskan penilaian terhadap kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan dan kenyataan, yaitu:

1. Harapan, yaitu perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa.
2. Persepsi, yaitu pengamatan atau pandangan individu terhadap produk atau jasa yang akan diterima oleh konsumen.

### 2.3 Kepuasan Pelanggan

Secara *epistemology*, kata Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari dua penggalan kata latin yakni "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Sehingga, kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai". [2]

Dari perspektif perilaku pelanggan, akan muncul beragam pola pandang yang membentuk pengertian yang kompleks. Kepuasan pelanggan pada satu sisi dapat dimengerti sebagai respon emosional terhadap produk dan pelayanannya.

Tetapi pada sisi yang lain, kepuasan pelanggan juga merupakan evaluasi kognitif pasca pembelian suatu produk.

### 2.4 Konsep Kualitas Pelayanan

Beberapa peneliti telah mengembangkan konsep kualitas pelayanan dalam dua pandangan yaitu *European Perspective* dan *American Perspective*. *European Perspective* menetapkan kualitas pelayanan harus terdiri dari tiga dimensi yaitu: *technical quality service*, *functional quality service* dan *corporate image*. *American perspective* mengajukan pandangan bahwa kualitas pelayanan dapat dievaluasi dengan *functional quality service* yang terdiri dari lima komponen seperti: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*, lima komponen ini terkenal dengan model *SERVQUAL* yang terkenal dikembangkan oleh Parasuraman Zeithml and Barry [1].

#### 2.4.1 *SERVQUAL* oleh Parasuraman, Zeithml and Barry

Konsep *Servqual* Parasuraman Zeithml and Barry [1] pertama kali menggunakan sepuluh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari: *Tangibility*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Competence*, *Courtesy*, *Credibility*, *Security*, *Access*, *Communication* dan *Understanding*. Kemudian dikembangkan hanya menjadi lima dimensi, yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. *Emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.

Kualitas layanan ditentukan berdasarkan pada perbedaan antara harapan dan kenyataan dari penyampaian kualitas layanan. Artinya, konsumen akan merasa tidak puas jika kualitas yang diterima lebih buruk daripada yang diharapkan.

#### 2.4.2 Teori *Total Perceived Quality* Christian Grönroos

Grönroos [4] mengembangkan komponen kualitas layanan yang terdiri dari *technical*

*quality(outcome-related dimension)* berkaitan dengan kualitas *out-put* jasa, dan *functional quality(process-related dimension)*, berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa atau menyangkut proses transfer kualitas teknis, *out-put* atau hasil akhir jasa kepada pelanggan, serta komponen *image*.

1. *Technical Quality Service*:

1. *Professionalism and Skills*. Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional (*outcome-related criteria*)

2. *Functional Quality service*:

1 *Attitudes and Behavior*. Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa (*customer contact personnel*) menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah (*process-related criteria*).

2. *Accessibility and Flexibility*. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan, dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes (*process-related criteria*).

3. *Reliability and Trustworthiness*. Pelanggan memahami bahwa apa pun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam memenuhi janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan (*process-related criteria*).

4. *Recovery*. Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak dapat diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat (*process-related criteria*).

3. *Image* sangat penting dalam sebuah organisasi yang tergantung dari bagaimana *technical quality* dan *functional quality* dilaksanakan, dan dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepercayaan, ideologi, *word of mouth* dan hubungan masyarakat.

#### 2.4.3 Model 5 Qs oleh Zineldin

Zineldin [5] mengusulkan kerangka untuk menilai kepuasan pelanggan di lembaga perguruan tinggi

dengan menggunakan lima dimensi kualitas layanan, yaitu:

1. Q1. *Quality of the object*: yaitu kualitas program akademik dan kurikulum yang relevan dan up to date.
2. Q2. *Quality of the Process*: bagaimana menyampaikan materi mata kuliah (ceramah, seminar, tugas individu, fleksibilitas, kreatifitas, tugas lapangan, formulir kerja, dan lain-lain).
3. Q3. *Quality of infrastructure*: mengukur sumber daya yang digunakan dalam penyelenggaraan layanan pendidikan : sumber daya manusia ,alat, ,tehnologi, metode, hubungan kerja, aktifitas internal dan bagaimana semua faktor ini dikelola, dan dikordinasikan.
4. Q4. *Quality of interaction and communication*: yaitu komunikasi antara mahasiswa dengan universitas, antara staf dengan mahasiswa, antara staf dan sebagainya
5. Q5: *Quality of the atmosphere*: rasa percaya, aman, pencapaian target dan posisi yang tinggi sebagai cerminan lembaga secara keseluruhan.

#### 2.4.4 Konsep Pengembangan SERVQUAL

Penelitian kualitas layanan telah menghasilkan beberapa alat ukur selain model *SERVQUAL*. Instrumen pengukuran kualitas layanan telah digunakan dalam berbagai penelitian di perguruan tinggi. Meskipun setiap ahli mengusulkan item yang diukur berbeda-beda namun hasilnya menunjukkan kesimpulan yang hampir sama yaitu penilaian kualitas layanan sangat penting bagi mahasiswa yang meliputi faktor-faktor akademis, fasilitas dan layanan pendukung.

Konsep-konsep yang berkembang pada intinya tidak banyak perbedaan, kecenderungan perbedaan pada pengembangan item pertanyaan yang diajukan kepada responden, dan beberapa penyesuaian karena perbedaan lembaga pendidikan maupun wilayah negara dilakukannya penelitian tersebut. Seperti pada model *HEdPERF* dengan 41 item merupakan pengembangan dari 13 item *SERVPERV* dan 18 lainnya dari berbagai kajian pustaka maupun penelitian terdahulu.

Abdullah [7] mengembangkan skala pengukuran yang disebut *HEdPERF* (*higher Education Performance*) yang terdiri dari 41 items . Alat pengukuran ini tidak hanya menilai komponen akademik saja, tetapi juga keseluruhan layanan yang dialami mahasiswa

Penulis menentukan terdapat lima dimensi dari konsep kulaitas layanan yaitu:

1. *Non-academic aspects*. Yaitu bidang yang membantu mahasiswa menyelesaikan studi, yang berkaitan dengan tugas staf non akademik.

2. *Academic aspects*. Yaitu tanggung jawab bidang akademik
3. *Reputation*. Yaitu pentingnya lembaga perguruan tinggi bersikap profesional.
4. *Access*. Meliputi mudah melakukan pendekatan, mudah dihubungi, tersedia dan rasa nyaman.
5. *Programme issues*. Tersedianya penawaran program yang bervariasi dan bereputasi dengan struktur yang fleksibel.
8. Mengukur kinerja perusahaan secara menyeluruh.
9. Melakukan kombinasi hasil penilaian SERVQUAL dengan data demografis, maka organisasi akan lebih efektif melakukan segmentasi konsumen.

Tabel 1. Instrumen pengukuran *Service Quality*

<i>Measurement Scale</i>	<i>Quality Dimension</i>
<b>SERVQUAL</b> Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1991	<i>Tangibles; Reliability; Responsiveness; Assurance; and Empathy</i>
<b>SERVPERF</b> Cronin & Taylor, 1994	<i>Tangibles; Reliability; Responsiveness; Assurance; and Empathy</i>
<b>HEdPERF</b> Abdullah, 2006	<i>Non-academic aspects; Academic aspects; Reputation; Access; and Understanding.</i>
<b>EduQUAL</b> Mahapatra & Khan, 2007	<i>Learning outcomes; Responsiveness; Physical facilities; Personality development; and Academics.</i>
<b>SQM-HEI</b> Senthilkumar & Arulraj, 2011	<i>Teaching methodology; Environmental change in study factor; Disciplinary measure taken; Placement-related activities; and Overall rating of service quality and satisfaction level.</i>
<b>EDUSERVE</b> Ramseook-Munhurrin, Naidoo, & Nundlall, 2010	<i>School facilities; Reliability; Responsiveness; and Assurance, discipline</i>

Sumber: Ibrahim, Mohd Zuhdi, Mohd Nizam Ab Rahman & Ruhizan M. Yasin [6]

### 2.5 Manfaat penilaian Kualitas Layanan

Pengukuran kualitas layanan di perguruan tinggi telah memberikan kontribusi terhadap pengelolaan lembaga menjadi lebih baik. Pengukuran dilakukan dengan mengevaluasi secara kuantitatif. Çerril [8] dalam penelitiannya di universitas negeri Albania menjelaskan bahwa manajemen akan memperoleh beberapa manfaat dengan melakukan pengukuran ini yaitu:

1. Dapat mengidentifikasi aspek layanan yang menunjukkan hasil terbaik atau buruk.
2. Dapat mengidentifikasi bidang apa saja yang perlu diperbaiki, demikian pula pada bidang yang melebihi standar.
3. Dapat menentukan tujuan yang jelas bagi karyawan maupun unit organisasi.
4. Monitor kinerja setiap unit atau individual.
5. Lebih memahami harapan konsumen dari kualitas layanan, apa dan berapa banyak yang mereka inginkan.
6. Melakukan perbandingan tingkat kualitas layanan dengan pesaing.
7. Menetapkan standar secara menyeluruh dalam kualitas layanan.

### 3. DISKUSI

Penelitian dengan menggunakan *SERVQUAL* oleh Parasuraman, Zeithaml and Barry telah dipraktikkan di berbagai bidang. Hill [9] adalah salah seorang peneliti yang menggunakan *SERVQUAL* untuk mengukur kualitas layanan di universitas, dan menemui kesulitan dalam mengukur harapan mahasiswa. Hill mengatakan bahwa kebanyakan mahasiswa tidak mengetahui apa yang diharapkan dari layanan yang disediakan universitas.

Kesulitan ini dapat teratasi oleh penelitian Cronin dan Taylor [10] melalui konsep *SERVPERF* (*service performance*) yang konsentarsi pada persepsi. Model *SERVPERF* telah dikembangkan oleh Cronin dan Taylor pada tahun 1992. Karena terdapat perbedaan pendapat terhadap komponen *SERVQUAL*, mereka mengusulkan penilaian langsung dari kualitas layanan. Model ini menggunakan atribut *SERVQUAL* yang hanya mengukur persepsi konsumen tentang layanan yang diberikan organisasi, bukan pada harapan konsumen. Cronin and Taylor (1994) yakin bahwa model pengukuran kualitas dan kepuasan konsumen didasarkan hanya pada pengukuran kinerja (*SERVPERF* model), memiliki penjelasan yang kuat dan lebih valid daripada model *SERVQUAL* artinya “persepsi terhadap kinerja yang tinggi berarti terdapat tingkat kepuasan layanan yang tinggi pula”.

Penelitian Abdullah [11] tentang *HEdPERF* hanya konsentrasi pada penilaian persepsi mahasiswa saja, meskipun di perguruan tinggi mahasiswa sebagai *primary customers*. tapi perlu diingat bahwa lembaga pendidikan memiliki kelompok pelanggan lain yang perlu diberi kepuasan pelayanan. Untuk penelitian yang akan datang, akan lebih bermanfaat dengan mengembangkan unsur pengukuran yang dilihat dari sudut pandang berbeda yaitu dari kelompok pelanggan lain, seperti pelanggan internal, manajemen, pemerintah, orang tua dan masyarakat umum. Keterbatasan lain adalah penelitian hanya dilakukan pada sektor pendidikan, sehingga hasilnya hanya berlaku pada bidang tersebut saja. Demikian pula responden kemungkinan mengalami kesulitan untuk menjawab 41 item pernyataan yang akan memakan waktu dan kemungkinan terjadi kesalahan menjawab.

Bentuk-bentuk konsep kualitas layanan lainnya adalah *EduQUAL* telah dikembangkan untuk

sistem pendidikan tehnik/vokasi. Instrumen telah disesuaikan dengan sistem pendidikan voaksi dan sesuai digunakan pada berbagai *stakeholders*, seperti mahasiswa, alumni, orang tua dan perusahaan. *SQM-HEI* dikembangkan untuk mengukur kualitas layanan di perguruan tinggi di India.

Skala pengukuran *EDUSERVE* dikembangkan berdasarkan skala *SERVQUAL* dan penelitian dilakukan dalam menguji harapan-persepsi para pendidik di sekolah menengah Mauritius. Instrumen yang digunakan adalah *Empathy; School facilities; Reliability; Responsiveness*.

Semua instrumen telah diuji pada aspek akademik maupun non akademik. Meskipun setiap konsep memiliki karakteristik yang berbeda, namun terdapat kesamaan yaitu seluruh instrumen telah mencakup unsur penting bagi kepuasan mahasiswa yang meliputi aspek akademik, fasilitas, dan layanan pendukung lainnya.

Konsep-konsep tersebut diadopsi dari kombinasi berbagai model yang dianggap penting untuk digunakan dan telah dilakukan pengujian.

Zineldin [5] dengan *5Qs model* mengatakan bahwa pengukuran persepsi mahasiswa tentang kualitas layanan yang disediakan oleh universitas dapat mencerminkan tingkat kepuasan mahasiswa secara keseluruhan di dalam sebuah lembaga. Penelitian tentang *5Qs Model* Zineldin telah dilakukan oleh Cardona dan Bravo[12] di universitas Kolombia. Model *5Qs* tidak hanya konsentrasi pada pendekatan persepsi dan harapan, tetapi juga meliputi komponen pencapaian, yang akan menjelaskan kepuasan mahasiswa, tingkat kepercayaan, dan rekomendasi positif. Model ini terdiri dari dua komponen yang terintegrasi. Komponen pertama mengukur tingkat kepuasan mahasiswa, ukuran lain adalah persepsi mahasiswa dalam dimensi kualitas *5Q* yang diasumsikan akan terjadi perubahan kepuasan mahasiswa.

Penelitian dengan konsep *SERVQUAL* masih mengundang kritikan dari peneliti lain, karena lebih menekankan pada aspek *functional quality service*. Grönroos (1984) menyatakan bahwa kualitas layanan lebih sulit dinilai oleh konsumen dibanding kualitas barang, karena evaluasi tidak hanya didasarkan pada proses pelayanan yang diberikan (*functional quality service*), tetapi juga melibatkan aspek *outcome* dari pelayanan (*technical quality service*). Dengan demikian manajemen dapat menetapkan dimensi kualitas pelayanan mana yang perlu ditingkatkan. Jadi model Grönroos dari Perspektif Eropa yang terdiri dari dua dimensi yaitu *technical quality service* dan *functional quality service* lebih sesuai dalam mengukur kualitas layanan daripada Perspektif

Amerika yang lebih menekankan pada dimensi *functional quality service*.

Penelitian kualitas pelayanan di perguruan tinggi yang baik akan memberikan kepuasan kepada mahasiswa. Ibrahim [6] menjelaskan bahwa mahasiswa dipertimbangkan sebagai pengguna jasa utama diantara para *stakeholders* di lembaga perguruan tinggi. Mereka merupakan hal penting yang dipertimbangkan pada saat mengukur tanggapan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan. Tanggapan mahasiswa sangat bermanfaat untuk perbaikan kinerja. Mahasiswa memainkan peran ganda, sebagai *output* dalam proses belajar mengajar, sebagai pelanggan internal dalam penggunaan fasilitas kampus dan materi pembelajaran serta pada saat yang sama mereka merupakan pekerja dari proses belajar. Hasil observasi menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa ditentukan oleh tiga faktor yaitu kinerja pengajar, panyampaian layanan, dan fasilitas pendukung. Hasil penelitian ini sesuai dengan konsep Grönroos [4], yaitu aspek *functional quality* yaitu bagaimana menyediakan layanan yang dapat memuaskan mahasiswa melalui sikap penyedia jasa bersedia membantu, sistem operasional yang luwes, dan pelayanan lebih mengutamakan kepentingan mahasiswa.

Terdapatnya perbedaan pandangan dari beberapa ahli tentang instrumen pengukuran kualitas dan pertimbangan tertentu. Oleh karena itu pemilihan penggunaan konsep dalam penilaian kualitas layanan di perguruan tinggi juga perlu mempertimbangkan banyak faktor. Apapun bentuk konsep yang digunakan, penelitian tentang kualitas layanan di perguruan tinggi dapat memberikan banyak manfaat bagi lembaga, *stakeholders* maupun untuk pengembangan riset berikutnya. Dengan pembahasan kajian berbagai konsep kualitas layanan sebagaimana telah diuraikan, maka dapat diketahui lima (5) kunci utama untuk perbaikan kualitas layanan, yaitu:

- [1]. Terdapat kejelasan pasar sasaran dan orientasi pada konsumen
- [2]. Adanya pemahaman yang jelas dari konsep kualitas layanan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
- [3]. Terdapat pengukuran dan sistem *feedback* yang efektif
- [4]. Sistem implementasi yang efektif
- [5]. Efisiensi sistem layanan konsumen

#### 4. KESIMPULAN

Pembahasan kualitas layanan di perguruan tinggi semakin mendapat perhatian, karena setiap lembaga menghadapi persaingan dan memiliki keterbatasan sumber daya.

Diskusi tentang kualitas pelayanan di perguruan tinggi menekankan pentingnya monitoring kualitas pelayanan yang ditawarkan dan pentingnya komitmen untuk selalu melakukan perubahan. Oleh karena itu, sangat penting memilih instrumen yang reliabel untuk mengukur kualitas pelayanan.

Penelitian *SERVQUAL* yang terdiri dari lima (5) dimensi Parasuraman telah mengalami perkembangan dengan munculnya model-model kualitas pelayanan lainnya yang telah dilaksanakan dengan beberapa penyesuaian berdasarkan organisasi yang dievaluasi maupun jenis responden, karena memiliki kebutuhan yang berbeda. Setiap pengukuran memiliki keuntungan dan kerugiannya dan masih dalam perdebatan diantara peneliti. Faktor –faktor pada setiap dimensi kualitas pelayanan juga tergantung pada pendekatan dan konteks penelitian.

Bagimanapun hasil penelitian kualitas layanan di perguruan tinggi sangat berguna bagi manajemen *stakeholders*, pengambil keputusan maupun para peneliti di lembaga pendidikan. Kualitas pelayanan yang baik menunjukkan adanya tingkat kepuasan yang baik pula yang dialami mahasiswa sebagai *stakeholders* utama.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Parasuraman A., Zeithaml, V. and Berry, L., "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research." *Journal of Marketing*, 49, 41-50, 1985 .
- [2] Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing, Malang. 2011.
- [3] Khan, Mohammed Sadique. "Studies on Some Aspects of Service Quality Evaluation With Specific Relevance to Indian." *Service National Institute of Technology Rourkela India*. 2007.
- [4] Grönroos, Christian, "A Service Quality Model and Its Marketing Implications". *European Journal of Marketing*. Vol 18, No.4. p 36-44, 1984.
- [5] Zineldin, Mosad, "The Quality of Higher Education and Student Satisfaction Self assessment and Review process A TRM Philosophy and 5Qs Model". Paper presented at Second International Conference Education, Economics, and Law: Traditions and Innovations. Växjö University, Sweden, 2007.
- [6] Ibrahim, Mohd Zuhdi, Mohd Nizam Ab Rahman & Ruhizan M. Yasin. "Determining Factors of Students' Satisfaction with Malaysian Skills Training Institutes". *International Education Studies*; Vol. 7, No. 6; 2014.
- [7] Abdullah, Firdaus, "Measuring service quality in higher education: three instruments compared", *International Journal of Research and Method in Education*, Vol. 29 No. 1, pp. 71-89, April 2006.
- [8] Çerril, Şhpëtım, "Assesing The Quality of Higher Education Services Using a Modified SERVQUAL Scale" *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 14(2), pp. 664-679, 2012
- [9] Hill, F., "Managing Service Quality in Higher Education: The Role of the Student as Primary Consumer". *Quality Assurance in Education*, 3, pp.10-21, 1995
- [10] Cronin, J.J., Taylor, S.A. , "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-based and Perceptions-minus-Expectations Measurement of Service Quality". *Journal of Marketing*, 58, pp.125-131, 1994.
- [11] Abdullah, Firdaus . " The development of HEdPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector ". *International Journal of Consumer Studies*, Vol.30, No.6, , pp569–581, November 2006
- [12] Cardona , Madeline Melchor and y Juan José Bravo Service quality perceptions in higher education institutions: the case of a colombian university *estud.gerenc.* 28 .pp. 23-29, 2012