

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, peradaban dunia terus mengalami perkembangan walaupun laju perkembangan tidak merata pada semua negara. Kualitas sumber daya manusia menjadi faktor penting untuk mendukung terjadinya perkembangan yang cepat. Kualitas sumber daya manusia tersebut tentu tak lepas dari kemampuan yang tinggi dalam penguasaan dan pengembangan ilmu pengetahuan, serta teknologi. Laju perkembangan pun menjadi tantangan tersendiri bagi negara-negara yang masih berkembang.

Salah satu negara berkembang yang harus mampu menghadapi tantangan dalam membangun sumber daya manusianya yaitu Indonesia. Pasalnya, Indonesia masih terhambat dalam kualitas pendidikannya. Hal tersebut tampak dari minimnya jumlah tenaga kerja di Indonesia yang lulus dari perguruan tinggi. Dilansir dari (Gerintya, 2019), data BPS memaparkan tenaga kerja lulusan sekolah dasar (SD) mendominasi pangsa tenaga kerja Indonesia. Dalam rentang tahun 2014 hingga 2018, setidaknya seperempat dari tenaga kerja di Indonesia merupakan lulusan SD.

Sebab itu, perbaikan kualitas pendidikan menjadi hal yang harus diprioritaskan. Jika tidak, Indonesia akan terus mengalami keterlambatan dalam laju perkembangan dunia. Sumber daya manusia di Indonesia juga akan sulit bersaing dengan pekerja negara lain, sejalan dengan laporan Global Talent Competitiveness

Indeks 2019 yang menemukan Indonesia berada di peringkat 67 dari 125 negara di dunia (Gerintya, 2019).

Perbaikan kualitas pendidikan tentu tak lepas dari kualitas layanan yang diberikan oleh institusi pendidikan. Saat ini persaingan antar perguruan tinggi swasta begitu tinggi, sehingga kepuasan mahasiswa harus diprioritaskan oleh perguruan tinggi tersebut. Menarik siswa baru dan mempertahankan siswa yang sudah ada telah menjadi tujuan yang mendesak dan penting bagi banyak lembaga pendidikan tinggi yang ada (Angell, Heffernan, & Megicks, 2008). Oleh karena itu sebuah perguruan tinggi yang bertujuan untuk memperoleh keunggulan kompetitif di masa depan, perlu menemukan cara yang efektif dan kreatif untuk menarik, memelihara dan membina hubungan yang lebih kuat dengan mahasiswa (Hasan, Ilias, Rahman, & Razak, 2008). Calon siswa cenderung mendaftar ke sekolah yang menawarkan kualitas layanan yang sangat baik dan kepuasan siswa yang lebih baik (Tahir et al., 2010). Citra universitas juga mempengaruhi calon mahasiswa dalam memilih sekolah untuk jenjang yang lebih tinggi (Alves dan Raposo, 2010). Tetapi hal ini bukanlah perkara mudah bagi setiap perguruan tinggi mengembangkan institusi perguruan tinggi nya di Indonesia, mengingat semakin ketatnya persaingan dengan perguruan tinggi lain (Harahap, Hurriyati, Gaffar, & Amanah, 2018). Persaingan yang meningkat di antara perguruan tinggi menjadikan setiap perguruan tinggi tertantang untuk membentuk citra positif kepada masyarakat. Persepsi masyarakat dibentuk oleh citra positif dari suatu universitas sehingga dapat mempengaruhi keputusan calon mahasiswa memilih kampus tertentu untuk melanjutkan studinya. Untuk alasan ini Universitas sebagai institusi akademik

harus terus berinovasi, mendiversifikasi struktur mereka dan menemukan cara baru untuk memberikan layanan mereka secara lebih efektif kepada pelanggan mereka (Rain, Sinha, & Sahney, 2011; Rahman et al, 2020).

Pada saat ini, kualitas produk dengan menggunakan *quality control* merupakan kualitas yang sangat mudah diuji dan diidentifikasi untuk mengawasi kualitas produk yang dihasilkan. Namun meningkatnya persaingan dan kompleksnya lingkungan bisnis jasa, membuat setiap perusahaan harus selalu melakukan perbaikan kualitas layanan secara terus menerus (Bolton et al., 2004). Tidak hanya di perusahaan saja, namun di bidang pendidikan juga kualitas layanan menjadi salah satu hal yang patut diperhatikan dan dikembangkan seperti di Perguruan Tinggi. Keberhasilan perguruan tinggi tergantung pada kemampuan perguruan tinggi dalam memberikan layanan sesuai harapan peserta didik dan kemampuan perguruan tinggi menghasilkan produk yang memuaskan masyarakat pengguna jasa pendidikan. Oleh karena itu Perguruan Tinggi berupaya memberikan layanan yang berkualitas sesuai harapan pengguna.

Kualitas layanan dan konsep pemasaran terkait seperti kepuasan dan loyalitas pelanggan jarang digunakan di sektor pendidikan tinggi di masa lalu. Pengukuran kualitas produk tergolong maju, bahkan pada awal tahun 1980 mulai diterapkan *total quality management* (TQM) dan pengukuran lainnya secara masif. Namun studi tentang kualitas layanan baru mulai menyesuaikan pada bidang tertentu saja. Namun, beberapa dekade terakhir telah melihat perubahan yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam lanskap pendidikan tinggi (Chong dan Ahmed 2015; Dennis et al., 2016). Sebagai bagian dari pembangunan ekonomi, sektor jasa juga

berkembang pesat akhir-akhir ini. Perkembangan ini menuntut pengukuran yang tepat untuk mengevaluasi dan mengontrol kualitas layanan (Seth et al., 2005). Studi tentang kualitas layanan diawali dengan studi yang dilakukan oleh Parasuraman et al. (1988) yang meneliti kualitas layanan perbaikan dan pemeliharaan alat, perbankan ritel, perantara efek, telepon jarak jauh dan kartu kredit. Dalam studi ini diusulkan lima dimensi untuk mengukur kualitas layanan. Dimensi tersebut terdiri dari *tangibility*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability* dan *empaty*. Kelima dimensi tersebut secara umum telah diterapkan di hampir semua jenis penyedia layanan.

Diketahui bahwa peningkatan kualitas layanan meningkatkan kepuasan pelanggan yang menjamin keuntungan jangka panjang yang lebih baik dalam bentuk pangsa pasar dan profitabilitas yang lebih tinggi (Anderson et al., 1994). Dengan semakin ketatnya persaingan di perguruan tinggi, konsep-konsep seperti kualitas layanan, kepuasan mahasiswa, citra institusi, dan loyalitas mahasiswa yang tidak masuk dalam rencana strategis universitas, tiba-tiba menjadi bahan utama untuk kelangsungan hidup mereka (Dennis et al. 2016; Manatos dkk. 2017; Psomas dkk. 2017).

Hal ini menjadi tantangan bagi Perguruan Tinggi untuk memberikan layanan yang terbaik kepada mahasiswa agar dapat memenangkan persaingan. Dalam upaya agar Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) dapat tetap *survive* dan berkembang serta mempunyai berbagai keunggulan, maka yang perlu dilakukan diantaranya adalah selalu mencoba untuk memuaskan kebutuhan mahasiswa melalui serangkaian kegiatan akademik, kemahasiswaan maupun administratif yang terkoordinir dengan baik. Dalam usaha

untuk memuaskan mahasiswa ini tidak saja hanya mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan jangka pendek, tetapi juga kebutuhan dan keinginan jangka panjang.

1.2. Rumusan Masalah

Parasuraman dkk. (1994) menggambarkan kualitas layanan sebagai kesenjangan antara harapan siswa dan persepsinya tentang pengalaman mereka. Selain itu, kepuasan mahasiswa dengan demikian dapat digambarkan sebagai situasi di mana pengalaman memenuhi harapan (Hasan et al., 2008). Kesenjangan antara yang diharapkan dan yang dialami adalah salah satu cara untuk mengoperasionalkan kualitas dan kepuasan layanan. Parasuraman dkk. menyarankan bahwa instrumen SERVQUAL dapat digunakan untuk mengukur tren kualitas layanan secara berkala dan untuk mengidentifikasi mana dari lima dimensi yang paling penting bagi persepsi kualitas pelanggan.

Penelitian ini mengukur lima dimensi kualitas layanan yang dinilai dalam model SERVQUAL: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Skala SERVQUAL asli menggunakan persepsi pelanggan tentang perbankan, perusahaan kartu kredit, perusahaan perbaikan dan pemeliharaan, dan perusahaan telekomunikasi untuk menguji item dan mengembangkan faktor. Secara internasional, SERVQUAL telah diterapkan pada pengaturan pendidikan tinggi untuk mengevaluasi program dan menentukan bagaimana institusi dapat meningkatkan persepsi layanan (Chopra et al., 2014; Shekarchi Zadeh et al., 2011; Soares et al., 2017; Yusoff et al., 2015).

Menurut Kotler dan Fox (1995), citra dan reputasi institusi saat ini sering kali lebih penting daripada kualitas karena citra yang dirasakanlah yang sebenarnya mempengaruhi pilihan yang dibuat oleh calon mahasiswa. Universitas bukan lagi entitas tak tersentuh yang bisa berasumsi bahwa masyarakat akan mempercayai mereka tanpa dipertanyakan (Vercic et al., 2016). Dalam keadaan ini, universitas telah memahami bahwa pengelolaan aset tak berwujud yang benar seperti citra dan reputasi merupakan elemen kunci untuk menarik dan mempertahankan pemangku kepentingan (Hemsley-Brown et al., 2016; Plewa, Ho, Conduit, & Karpen, 2016). Sebuah citra merek yang unik dapat secara positif mempengaruhi reputasi mereka yang dapat memiliki pengaruh besar pada pengalaman mahasiswa di universitas (Berry, 2000). Maka dari itu, peneliti akan melakukan riset yang mungkin akan bermanfaat untuk melihat bagaimana kualitas layanan dan citra universitas mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

Maka rumusan masalah pada penelitian ini berdasarkan pemaparan di atas adalah:

- 1) Apakah Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Bisnis Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta ?
- 2) Apakah Citra universitas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Bisnis Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta ?

1.3. Batasan Masalah

Untuk membatasi luasnya pembahasan dalam penelitian, adapun batasan masalah penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dilakukan hanya pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Penelitian ini mengukur pada saat sebelum pandemi Covid-19.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini antara lain :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh Citra universitas terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, yaitu manfaat secara praktis dan manfaat secara teoritis

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan ataupun wawasan pengetahuan yang dapat digunakan sebagai pendukung teori-teori penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai sumber informasi dan pertimbangan bagi pihak Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas layanan dan membangun citra yang positif kepada masyarakat.

b. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini sangat penting bagi peneliti untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan serta menjadi pengalaman bagi peneliti untuk menerapkan konsep maupun teori yang telah dipelajari dalam menempuh pendidikan dengan

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan, informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki penelitian sejenis mengenai Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Universitas terhadap Kepuasan Mahasiswa.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasannya, maka peneliti melakukan pembagian bab sebagai berikut :

Bab I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Bab yang kedua ini berisikan teori-teori yang melandasi atau berkaitan dengan penelitian ini, serta hasil penelitian terdahulu.

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, metode pengambilan data, metode analisis data, dan menguji hipotesis.

Bab IV ANALISIS DATA

Berisikan data dan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Bab V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab yang terakhir ini berisi tentang kesimpulan dan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian, dan saran bagi penelitian selanjutnya.