

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa merupakan hal yang tidak mudah. Jasa merupakan produk yang tidak tampak sehingga sukar untuk diketahui kualitasnya. Akan tetapi pengukuran terhadap kepuasan produk jasa sudah mulai dirancang dan dikembangkan. Dengan adanya rambu-rambu konsep kualitas dalam bidang jasa maka diharapkan pengukuran kualitas yang dijalankan dapat menuju perbaikan kualitas secara gradual.

##### a. Konsep jasa

Kotler (dalam Tjiptono, 2002:6) mendefinisikan jasa sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak berhubungan.

Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa jasa dapat ditawarkan dalam bentuk produk fisik maupun tidak. Meskipun agak sulit untuk mendefinisikan produk jasa, namun setidaknya ada lima kelompok bentuk penawaran produk yang dapat diklasifikasikan berdasarkan perbedaan antara produk murni dengan jasa. Klasifikasi ini dimaksudkan untuk membedakan produk-produk yang ditawarkan perusahaan (Kotler dalam Tjiptono, 2002:6):

1) Produk fisik murni

Penawaran yang ditawarkan murni produk fisik misalnya sabun mandi, pasta gigi, dan barang lain yang murni tanpa disertai jasa tertentu.

2) Produk fisik dengan jasa pendukung

Contoh produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah produsen mobil yang memberikan jasa pendukung lain, misalnya jasa *services*, suku cadang dan pengantaran ke rumah pelanggan.

3) Hybrid

Penawaran produk yang terdiri dari barang dan jasa yang sama besarnya.

4) Jasa yang didukung dengan barang dan jasa minor

Penawaran produk terdiri atas suatu jasa pokok bersama-sama dengan jasa tambahan dan atau jasa pendukung. Contoh adalah penumpang pesawat terbang yang membeli jasa transportasi dilengkapi dengan penjualan barang lain, misalnya minuman, snack, majalah/surat kabar. Jasa perhotelan juga termasuk dalam kelompok kategori produk jasa ini. Hotel mempunyai jasa pokok yakni penginapan dan *event organizer*, namun juga menjual produk barang misalnya makanan dan snack, minuman, sabun maupun souvenir lain.

5) Jasa murni

Produk yang ditawarkan pada kelompok ini adalah jasa murni tanpa ada produk barang. Produk yang termasuk dalam kategori jasa ini adalah

fisioterapi, konsultasi psikologi, lembaga pendidikan, pemijatan, klinik kebugaran dan sebagainya.

Berdasarkan klasifikasi tersebut dapat diketahui bahwa sebuah produk cukup variatif wujudnya, yakni tidak hanya jasa murni tetapi dapat dilengkapi dengan barang. Untuk membedakan apakah suatu produk termasuk dalam kelompok jasa atau barang, dari suatu penawaran, maka harus dilihat produk apakah yang utama ditawarkan. Misalkan produk utama yang ditawarkan adalah penginapan, disamping ada penjualan barang konsumsi seperti makanan, minuman maupun souvenir, maka produk itu termasuk dalam kategori jasa. Jadi, produk yang ditawarkan hotel dapat dikelompokkan ke dalam kelompok jasa.

Produk jasa dapat dikelompokkan sesuai dengan basis kelompok yang dituju, basis segmentasi, tingkat keterwujudan, ketrampilan penyedia jasa, regulasi, tingkat intensitas karyawan, dan tingkat kontak penyedia jasa dengan pelanggan. Klasifikasi jasa sesuai berbagai basis ini dapat dikelompokkan menjadi (Kotler dalam Tjiptono, 2002:6):

Tabel 2.1 Klasifikasi jasa

| Basis   | Klasifikasi                    | Contoh              |
|---|--------------------------------|---------------------|
| 1. Segmen pasar                               | Konsumen akhir                 | Salon kecantikan    |
|   | Konsumen organisasional        | Konsultan Manajemen |
| 2. Tingkat keberwujudan                       | <i>Rented-goods service</i>    | Penyewaan mobil     |
|   | <i>Owned-goods service</i>     | Reparasi jam tangan |
|   | <i>Non-goods service</i>       | Pemandu wisata      |
| 3. Ketrampilan penyedia jasa                  | <i>Profesional service</i>     | Dokter              |
|   | <i>Non profesional service</i> | Sopir               |
| 4. Tujuan organisasi jasa                     | <i>Profit service</i>          | Bank                |
|   | <i>Non profit service</i>      | Yayasan sosial      |
| 5. Regulasi                                   | <i>Regulated service</i>       | Angkutan umum       |
|   | <i>Nonregulated service</i>    | Katering            |
| 6. Tingkat intensitas karyawan                | <i>Equipment based service</i> | ATM                 |
|   | <i>People-based service</i>    | Pelatih sepakbola   |
| 7. Tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan | <i>High-contact service</i>    | Universitas         |
|   | <i>Low-contact service</i>     | Bioskop             |

Sumber: Tjiptono, 2002:6

b. Masalah-masalah bisnis jasa

Jasa merupakan produk yang rentan terhadap perubahan. Jika dilihat dari aspek produk, jasa seringkali tidak dapat dipertahankan kualitasnya.

Masalah yang sering terjadi dalam pemasaran produk jasa terkait dengan:

1) Karakteristik *intangibility*

- Jasa tidak dapat disimpan.
- Jasa tidak dapat dilindungi dengan hak paten.
- Perusahaan tidak dapat dengan mudah dan cepat mempertunjukkan atau mengkomunikasikan suatu jasa.
- Harga sukar ditetapkan.

2) Karakteristik *inseparability*

- Konsumen terlibat dalam aktivitas produksi jasa.

- Kegiatan pemasaran dan produksi sangat interaktif.
- Produksi massa yang terpusat sangat sukar dilakukan dalam jasa.

3) Karakteristik *variability*

- Sangat sulit melakukan standarisasi dan pengendalian kualitas jasa.

4) Karakteristik *perishability*

- Jasa tidak dapat disimpan

c. Kualitas jasa

Sebagaimana diketahui, bahwa jasa merupakan produk yang memiliki beberapa persoalan yang tidak seperti barang produksi. Karena itu untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa dilakukan suatu tindakan *service excellence*. *Service excellent* adalah patokan yang dapat digunakan untuk melihat kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan. Komponen pokok *service excellent* meliputi (Elhaitammy dalam Tjiptono, 2002:58):

- 1) Kecepatan
- 2) Ketepatan
- 3) Keramahan
- 4) Kenyamanan

Pelayanan yang berkualitas dan mumpuni kepada pelanggan akan menyebabkan pelanggan menjadi loyal. Pelanggan yang loyal merupakan aset perusahaan yang tidak ada putusya. Perusahaan akan mendapatkan banyak keuntungan jika mampu menciptakan banyak pelanggan.

Setiap perusahaan komersial pasti berorientasi laba. Untuk mendapatkan laba yang optimal perusahaan jasa perlu melakukan strategi yang baik agar pelanggan merasa puas. Pelayanan pelanggan yang

memuaskan sering disebut dengan *service excellent*. Sasaran dan manfaat *service excellent* tampak pada Tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 2.2 Sasaran dan Manfaat *Service Excellent*

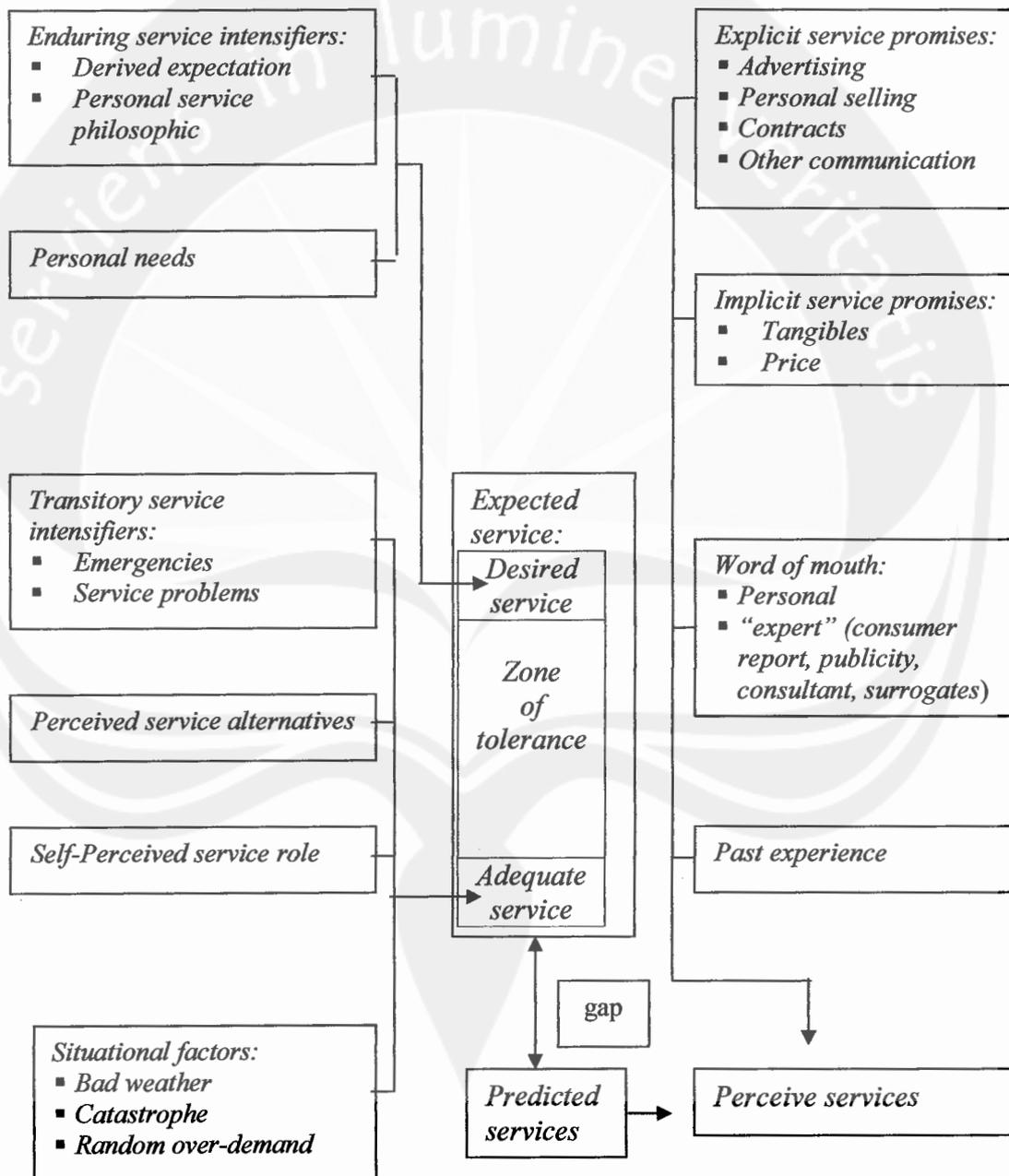
| Sasaran   | Manfaat   |                                      |   |
|---|---|--------------------------------------|---|
|   | Bagi pelanggan                                      | Bagi karyawan                        | Bagi perusahaan   |
| Memuaskan pelanggan                               | Kebutuhan terpenuhi                                 | Lebih percaya diri                   | Meningkatnya kesan profesional                                    |
| Meningkatkan loyalitas pelanggan                  | Merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik | Ada kepuasan pribadi                 | Kelangsungan usaha perusahaan terjamin                            |
| Meningkatkan penjualan produk dan jasa perusahaan | Merasa dipercaya sebagai mitra bisnis               | Menambah ketenangan bekerja          | Mendorong masyarakat untuk berhubungan dengan perusahaan          |
| Meningkatkan pendapatan perusahaan                | Merasa menemukan perusahaan yang profesional        | Memupuk semangat untuk meniti karier | -Mendorong kemungkinan ekspansi<br>-Meningkatkan laba perusahaan. |

Sumber: Tjiptono, 2002:58

Kualitas produk jasa dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Jika persepsi pelanggan menemukan adanya ketidakselarasan antara kebutuhan dengan pelayanan yang diterima maka disebut ada kesenjangan. Kesenjangan yang semakin lebar menunjukkan bahwa pelanggan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Perusahaan yang baik harus dapat menjembatani antara kebutuhan dengan persepsi atas pelayanan (Kotler dalam Tjiptono, 2002:61).

Pelayanan yang diharapkan, berasal dari harapan akan mendapatkannya, dan harapan individu ini akan membentuk layanan yang diharapkan. Harapan yang mendesak, alternatif-alternatif persepsi atas layanan, persepsi tentang layanan yang seharusnya diterima menurut pribadi

yang bersangkutan, dan faktor situasional akan menghasilkan pelayanan yang memadai. Kesenjangan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diprediksikan disebut *gap*. Model konseptual harapan pelanggan atas pelayanan jasa perusahaan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1.3 Model konseptual harapan pelanggan terhadap jasa  
{ Sumber: Zeithaml (1993) dalam Tjiptono (2002:65)}

d. Dimensi-dimensi kualitas jasa

Sebagai sebuah produk, jasa dapat dilihat sebagai sesuatu hal yang perlu didefinisikan. Dengan definisi ini, upaya akan menjadi lebih mudah dalam meningkatkan kualitas produk jasa. Aspek kualitas jasa meliputi dimensi-dimensi (Parasuraman dalam Tjiptono, 2002:70):

1) Bukti langsung (*tangibles*)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

2) Keandalan (*reliability*)

Meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

3) Daya tanggap (*responsiveness*)

Meliputi keinginan staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4) Jaminan (*assurance*)

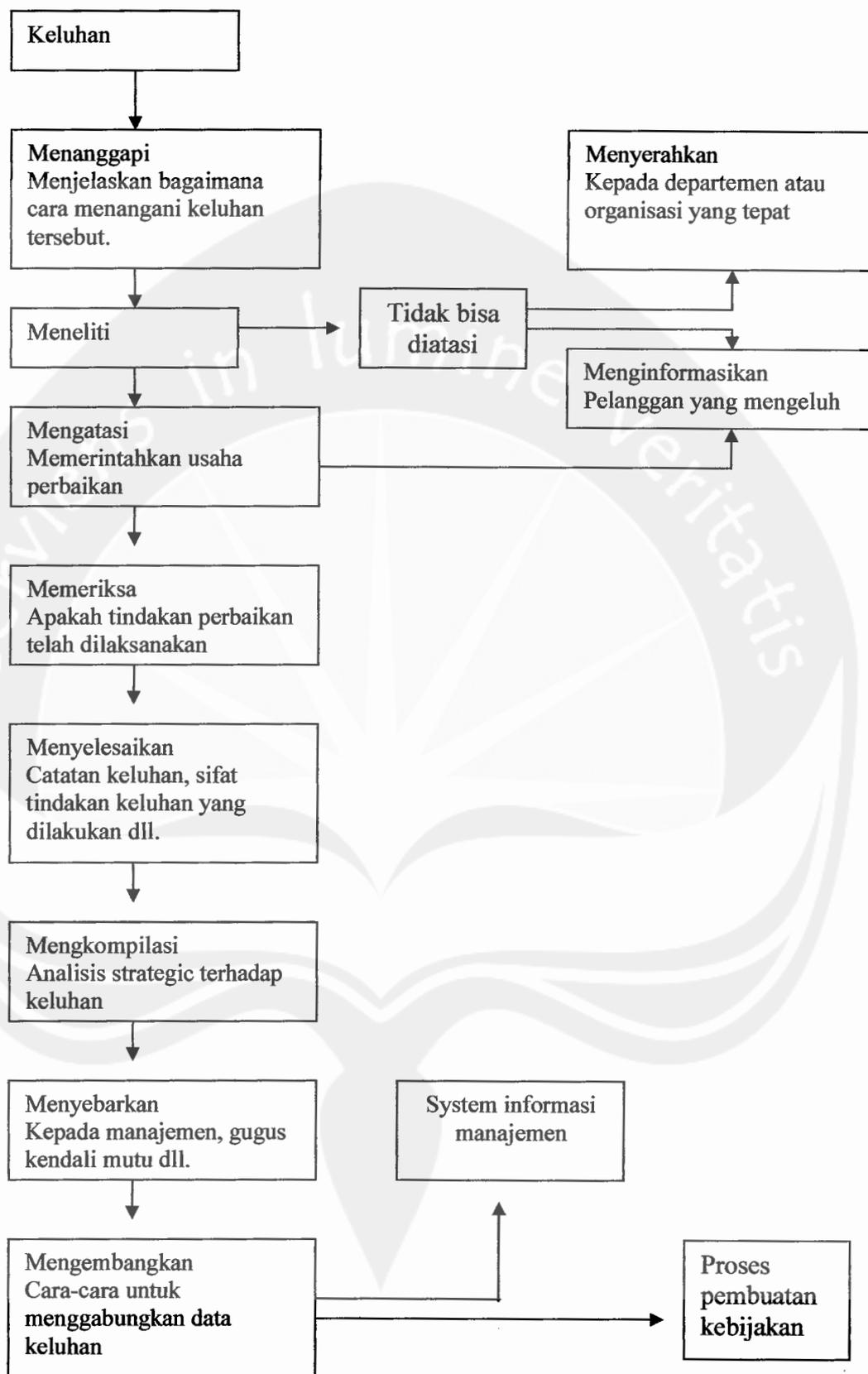
Mencakup kemampuan, pengetahuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

5) Empati (*Emphaty*)

Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

e. Pelanggan yang tidak puas

Pelanggan yang merasa tidak puas atas layanan perusahaan perlu diberikan prioritas pelayanan. Proses penanganan keluhan yang efektif dapat dilihat pada gambat berikut:



Gambar 1.4. Proses penanganan keluhan yang efektif  
(Sumber: Parasuraman dalam Tjiptono, 2002:70)

## 2.2. Penyampaian Materi

Universitas merupakan organisasi nirlaba yang bergerak dalam bidang pendidikan. Universitas (PT) menjalankan aktivitas sesuai dengan prinsip Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni; Penelitian, Pengajaran dan Pengabdian pada Masyarakat. Pembahasan tulisan ini selanjutnya difokuskan pada pengajaran, khususnya proses pembelajaran sebagai bentuk layanan yang diberikan dosen sesuai fokus penelitian ini.

Aktivitas dosen dalam pembelajaran sebagian besar berkaitan dengan penyampaian materi. Penyampaian materi merupakan salah satu aktivitas proses pembelajaran di kampus. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menyampaikan materi perkuliahan. Di antara cara penyampaian materi perkuliahan tersebut adalah (Handoko, 1998):

### 1. Ceramah

Ceramah dapat didefinisikan sebagai berbicara di depan mahasiswa untuk menyampaikan materi kuliah. Ceramah tanpa disertai media-media belajar lainnya menjadi kurang efektif. Pendengaran manusia hanya dapat menangkap informasi yang diberikan sekitar 10% dari yang diberikan.

### 2. Studi kasus

Studi kasus dapat didefinisikan belajar dengan media kasus berupa kejadian, baik fakta maupun logika, untuk dijawab sendiri maupun secara berkelompok. Studi kasus melibatkan indera yang lebih banyak dibandingkan ceramah, meliputi; pendengaran, penglihatan, perasa. Studi kasus sangat bermanfaat untuk melatih kekuatan analitis dan sintesis

mahasiswa dalam upaya pemahaman dan penyelesaian kasus. Metode ini banyak digunakan pada sekolah-sekolah bisnis terkemuka di dunia, sedangkan di Indonesia sudah banyak yang menggunakan.

### 3. Praktek laboratorium

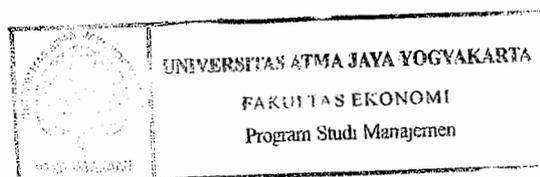
Praktek laboratorium umumnya dilakukan untuk mempelajari alat/prosedur/ketrampilan lain. Praktek laboratorium merupakan maket dunia yang dapat dijadikan sarana untuk mengenal lapangan pekerjaan. Laboratorium sangat bermanfaat untuk melatih ketrampilan, misalnya ketrampilan menggunakan komputer atau ketrampilan lain.

### 4. Tugas terstruktur

Pemberian tugas bagi mahasiswa sudah menjadi santapan sehari-hari. Tugas dapat dijadikan upaya untuk mengurangi keterbatasan jam pertemuan di kelas oleh dosen. Pemberian tugas juga akan melatih kemandirian belajar mahasiswa sehingga sumber belajar tidak hanya dari dosen. Mahasiswa diharapkan mencari sumber pengetahuan lain yang tidak kalah hebatnya misalnya buku, internet maupun praktisi bisnis.

Untuk menyampaikan materi perkuliahan dapat digunakan beberapa media pembelajaran yang sesuai. Jenis-jenis media pembelajaran yang ada misalnya buku, sumber internet, slide, bagan/chart, kasus ataupun media lain. Penggunaan media ini penting untuk menjelaskan lebih konkret berbagai contoh.

Media pengajaran dan memahami cara-cara penggunaannya akan sangat membantu tugas para dosen dalam meningkatkan efektivitas proses pembelajaran.



Jerome Bruner (1960) membagi alat instruksional dalam empat macam menurut fungsinya yaitu (dalam Sagala, 2003:162):

1. Alat untuk menyampaikan pengalaman "*vicarious*". yaitu menyajikan bahan yang sedianya tidak dapat mereka peroleh dengan pengalaman langsung yang lazim di sekolah. Ini dapat dilakukan melalui film, televisi, rekaman suara, dan lain-lain. "*Vicarious*" berarti sebagai substitusi untuk pengganti pengalaman yang langsung.
2. Alat model yang dapat memberikan pengertian tentang struktur atau prinsip suatu gejala, misalnya model lingkungan pemasaran, bagan persaingan perusahaan, juga program yang memberikan langkah-langkah untuk memahami prinsip, atau struktur pokok.
3. Alat dramatisasi, yakni yang mendramatisasikan sejarah suatu peristiwa atau tokoh, film tentang alam yang memperlihatkan perjuangan untuk hidup, perjuangan seseorang penjual untuk tetap hidup tanpa uang, media untuk memberi perhatian tentang suatu ide atau gejala.
4. Alat otomatisasi seperti "*teaching machine*" atau pelajaran berprogram, menyajikan suatu masalah dalam urutan yang teratur dan memberi balikan atau *feedback* tentang respons mahasiswa. Alat ini dapat meringankan beban dosen, alat ini tidak akan dapat menggantikannya seperti halnya buku. Selain itu alat ini segera memberikan *feedback* dan memberi jalan untuk memperbaiki kesalahan yang dibuat oleh mahasiswa.

Banyak alat maupun media yang tersedia bagi dosen, namun yang penting dalam merencanakan pembelajaran dan mengimplementasikannya dalam

mengajar ialah bagaimana menggunakan alat-alat media pendidikan ini sebagai suatu sistem yang terintegrasi dalam pembelajaran. Tugas seorang pendidik adalah tugas profesional yang selalu menghadapi tantangan apabila ingin menjadi pendidik yang kreatif & dinamis, kritis dan ilmiah. Sebelum menentukan bahan pelajaran, dosen harus menentukan tujuan instruksional yang sesuai dengan tingkat kemampuan mahasiswa, kemampuan apa yang akan dikembangkan, menyusun kegiatan belajar-mengajar. Untuk ini pengajar harus mampu menentukan media dan metode pengajaran yang tepat.

Banyak media pendidikan sekarang ini telah diprogram melalui media masa. Kenyataan ini jelas menuntut seorang pendidik untuk serba bisa menyerap segala macam informasi, khususnya informasi yang relevan dengan bidang keahliannya, demi perkembangan lebih lanjut. Sebagai konsekuensi perkembangan media pendidikan yang pesat dewasa ini, pengajar dituntut untuk mampu memanfaatkan media pendidikan yang tersedia di sekolah dan lingkungan.

Sebagai pendidik dalam bidang apa saja, dosen harus mampu pula menggunakan lingkungan sekitar sebagai media belajar. Pendidik di jaman sekarang seharusnya mampu memanfaatkan media belajar yang sangat kompleks seperti video, televisi dan film, disamping media pendidikan yang sederhana. Agar supaya proses pembelajaran tidak mengalami kesulitan maka masalah perencanaan, pemilihan dan pemanfaatan media perlu dikuasai dengan baik oleh dosen. Bahkan tidak mustahil dapat mengakibatkan kegagalan mencapai tujuan, bila tidak dikuasai sungguh-sungguh.

### 2.3. Penguasaan Materi

Substansi materi pembelajaran atau penguasaan materi pelajaran adalah kompetensi metodologi pembelajaran. Artinya jika pengajar menguasai materi pelajaran, diharuskan juga menguasai metode pengajaran sesuai kebutuhan materi ajar yang mengacu pada prinsip pedagogik, yaitu memahami karakteristik peserta didik. Jika metode dalam pembelajaran tidak dikuasai, maka penyampaian materi ajar menjadi tidak maksimal. Metode yang digunakan merupakan strategi yang dapat memudahkan peserta didik menguasai ilmu pengetahuan (Sagala, 2003).

Hal tersebut menggambarkan bahwa pembelajaran terus mengalami perkembangan sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Karena itu dalam merespon perkembangan tersebut, tentu tidaklah baik kalau sumber belajar berasal dari guru dan media buku teks belaka. Dirasakan perlu ada cara baru dalam mengkomunikasikan ilmu pengetahuan atau materi ajar dalam pembelajaran baik dalam sistem yang mandiri maupun dalam sistem yang terstruktur. Untuk itu perlu dipersiapkan sumber belajar oleh pihak maupun para ahli pendidikan yang dapat dimanfaatkan dalam proses pembelajaran.

Proses pembelajaran aktivitasnya dalam bentuk interaksi pembelajaran dalam suasana interaksi edukatif, yaitu interaksi yang sadar akan tujuan, artinya interaksi yang telah dicanangkan untuk suatu tujuan terencana, setidaknya adalah pencapaian tujuan instruksional atau tujuan pembelajaran yang telah dirumuskan pada satuan pelajaran. Kegiatan pembelajaran yang diprogramkan guru merupakan kegiatan integralistik antara pendidik dengan peserta didik. Kegiatan pembelajaran secara metodologis berakar dari pengajar dan kegiatan belajar

secara pedagogis terjadi pada mahasiswa. Pembelajaran tidak terjadi seketika melainkan sudah melalui tahapan perancangan pembelajaran.

Teknologi pembelajaran melibatkan tiga komponen utama yang saling berinteraksi yaitu dosen (pengajar), mahasiswa (peserta didik), dan kurikulum. Komponen tersebut melengkapi struktur dan lingkungan belajar formal. Hal ini menggambarkan bahwa interaksi pendidik dengan peserta didik merupakan inti proses pembelajaran. Dengan demikian pembelajaran adalah setiap kegiatan yang dirancang oleh pengajar untuk membantu seseorang mempelajari sesuatu.

#### **2.4. Disiplin kerja**

Salah satu bentuk disiplin kerja dalam pembelajaran adalah penggunaan media pembelajaran yang relevan. Media pembelajaran yang relevan akan meningkatkan kecepatan penangkapan pemahaman mahasiswa.

Media pendidikan lazim disebut sebagai alat-alat belajar atau mengajar. Metode yang tepat untuk bahan pelajaran tertentu dapat lebih efektif jika disertai dengan media pendidikan yang tepat pula. Pada dasarnya sesuai dengan perkembangan mahasiswa, pengajaran lebih mengutamakan alat konkret, sehingga alat mengajarpun dimulai pemilihannya dari sifat itu. Seperti yang digambarkan oleh Edgar Dale bahwa media pembelajaran bagaikan sebuah kerucut yang bertingkat sifatnya mulai dari yang paling abstrak sampai yang paling konkret jika dilihat dari atas ke bawah (Sagala, 2003).

Kerucut pengalaman Edgar Dale ini memberi arti bahwa dalam menggunakan media pembelajaran mula-mula berupaya dengan media yang paling konkret, yaitu pengalaman sengaja yang langsung (pengalaman sehari-

hari). Demikian selanjutnya sehingga bagi peserta didik pada tingkatan perguruan tinggi, yang telah mampu menjelajahi dunia abstrak, media yang digunakan dapat yang paling abstrak yaitu verbal simbol atau lambang kata.

Pendidikan yang disertai media yang tepat, selain memudahkan dalam mengalami, memahami, mengerti, dan melakukan juga menimbulkan motivasi yang lebih kuat ketimbang semata-mata dengan menggunakan kata-kata yang abstrak.

Beberapa pendapat dari guru/dosen yang sudah senior menganggap bahwa mengajar adalah sebuah seni. Seperti seni manajemen, seni mengajar membutuhkan disiplin kerja yang baik. Pengajar harus menguasai berbagai teknik mengajar agar pelaksanaan di lapangan mampu mengubah gaya mengajar sesuai situasi dan kondisi di kelas.

Inti dari mengajar adalah memberikan transfer pengetahuan dari pengajar pada mahasiswa. Transfer pengetahuan seharusnya tidak hanya meng-copy pemahaman dosen bagi para mahasiswa tetapi mahasiswa harus menjadi sentris pembelajaran. Pembelajaran perlu menekankan aspek "*be your self*" bagi tiap mahasiswa. Hal ini bisa didapatkan dari model pembelajaran diskusi dan tanya-jawab dengan penekanan cara berfikir kritis. Dosen seharusnya dapat menghidupkan situasi diskusi dan tanya-jawab antara dosen dan mahasiswa.

Berdisiplin terhadap waktu merupakan salah satu kunci sukses. Di negara-negara maju setiap menit waktu sangat berharga sehingga muncul slogan "*time is money*". Waktu yang tersedia setiap hari hanyalah 24 jam dan tidak dapat diulang. Setiap waktu bisa jadi peluang dan perubahan luar biasa pada diri seseorang.

Satu semester perkuliahan terdiri dari sekitar 4 bulan kuliah efektif. Dengan waktu yang relatif singkat ini harus tersampaikan materi sebanyak-banyaknya, sehingga diperlukan pendayagunaan sumberdaya waktu yang efisien. Dosen yang masuk kelas terlambat atau tidak mengisi materi sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan sesungguhnya telah merugikan hak mahasiswa untuk mendapatkan ilmu. Semakin banyak pengetahuan mahasiswa terhadap materi yang terserap tentu akan mempengaruhi tingkat kepuasan studi mahasiswa.

## **2.5. Penilaian/Evaluasi**

Maksud dan tujuan dari evaluasi adalah menentukan hasil yang dicapai oleh mahasiswa. Penetapan proses pembelajaran secara keseluruhan, termasuk tujuan yang akan dicapai oleh siswa, media pembelajaran, teknik pendekatan dalam pembelajaran, bahkan sifat efektif seorang pengajar memerlukan evaluasi. Evaluasi adalah suatu proses yang berlangsung secara berkesinambungan (Sagala, 2003).

Evaluasi dilakukan sebelum, selama, dan sesudah suatu proses pembelajaran. Evaluasi sebelum proses pembelajaran, misalnya karakteristik siswa, kemampuan siswa, metode dan materi pembelajaran yang digunakan. Evaluasi selama proses pembelajaran ialah evaluasi yang digunakan untuk melacak dan memperbaiki masalah belajar-mengajar serta kesulitannya, baik dalam penyampaian materi maupun strategi pendekatan yang digunakan.

*Feedback* atau umpan-balik diberikan melalui tes-tes formatif mula-mula bahan pelajaran dibagi dalam satuan-satuan pelajaran, misalnya meliputi bahan pelajaran satu bab atau bahan yang dapat dikuasai dalam waktu satu atau dua

minggu. Evaluasi pencapaian hasil belajar dapat dilakukan secara formatif dan sumatif. Tes formatif bersifat diagnosis yang serentak menunjukkan kemajuan atau keberhasilan anak. Tes formatif ini bermacam-macam fungsinya. Evaluasi formatif dapat diadakan setiap saat dalam arti pada saat penyajian pelajaran di kelas. Tekniknya, pengajar dapat berhenti sebentar, untuk mengajukan pertanyaan menyangkut bahan yang baru disajikan. Tes formatif ini sering juga disebut sebagai kuis di mana tujuan evaluasi formatif untuk mengetahui (1) sampai sejauh mana siswa mampu memahami pelajaran yang dipelajari; (2) diskusi dan pertukaran pikiran; (3) kegiatan-kegiatan yang menggunakan berbagai alat instruksional, laboratorium, dan lain-lain; (4) kegiatan-kegiatan dalam lingkungan sekitar sekolah seperti kunjungan, kerja lapangan, eksplorasi, dan penelitian; (5) kegiatan-kegiatan dengan menggunakan berbagai sumber belajar seperti buku perpustakaan, alat audio visual, dan lain-lain; dan (6) kegiatan kreatif seperti drama, seni rupa, musik, pekerjaan tangan dan sebagainya.

## **2.6. Kepuasan Tangible**

Kepuasan tangible ini berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan akademik mahasiswa dari sarana pembelajaran yang disediakan kampus. Sarana pembelajaran adalah penunjang kegiatan pembelajaran di kelas yang amat penting. Sarana sangat penting untuk menyiasati keterbatasan waktu yang ada tiap semester. Sarana juga dapat berguna bagi mahasiswa dan dosen sebagai media pembelajaran. Sarana pembelajaran yang penting di antaranya adalah perpustakaan, keadaan kelas dan laboratorium (Soelasih, 2004).

Sarana pembelajaran yang penting, salah satunya adalah perpustakaan kampus. Perpustakaan merupakan jantung universitas, karena jika aktivitas perpustakaan berhenti maka akan berhenti pula denyut darah universitas. Perpustakaan di negara-negara maju sangat komit terhadap kebutuhan mahasiswa akan informasi. Perpustakaan dibuka sampai tengah malam bahkan ada yang sampai 24 jam.

### **2.7. Kepuasan Mahasiswa**

Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan proses pemasaran. Sukses dalam proses pemasaran ini akan mendorong seseorang pelanggan untuk merekomendasikan jasa lembaga kepada setiap orang yang dikenal melalui media mulut ke mulut. Rekomendasi ini yang sering lebih efektif dibandingkan media periklanan lain untuk mempengaruhi keputusan beli pelanggan baru terhadap jasa lembaga.

Kepuasan pelanggan merupakan persamaan yang berbanding lurus. Kepuasan didapatkan dari *“Consumers evaluate services by comparing the service they perceive they have received with their expectations. If the perceived service is equal to or better than the expected service, then the consumer is satisfied”*. Jadi pokok permasalahan kepuasan pelanggan adalah gap antara pelayanan yang dia terima dengan harapan yang hendak didapatkan dari produk yang dibelinya. Untuk dapat memuaskan pelanggan maka produsen harus melebihi pelayanan yang diberikan terhadap harapan yang dimiliki pelanggan (Lovelock, 2003).

Kepuasan pelanggan juga dapat dilihat dari loyalitas untuk tetap memilih produk lembaga. Loyalitas merupakan sikap yang tidak menunjukkan pemindahan pemilihan produk lembaga sekarang ke lembaga sejenis yang baru.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan adalah kebanggaan pelanggan terhadap produk lembaga. Dalam hal ini bentuk kebanggaan diwujudkan dengan berani mengaku sebagai mahasiswa FE UAJY pada pergaulan dengan rekan universitas lain.

Dalam pemasaran produk jasa harus diperhatikan aspek *value* yang hendak didapatkan oleh pelanggan. Pelanggan harus mendapatkan *benefits* yang sesuai dengan kebutuhan mereka. *"The benefits bought by a customer consist of the experience that is delivered through an interactive process, the service production/consumption process often involves a sequence of personal interactions between a customer and a service provider"* (Lovelock, 2003). Benefits ini yang akan menjadi indikator apakah pelanggan (mahasiswa) mendapatkan kepuasan ataukah tidak dalam mendapatkan layanan jasa universitas.

## **2.8. Hubungan Antar Variabel**

Universitas merupakan lembaga pembelajaran (*learning organization*) yang aktivitas utamanya berupa penyampaian ilmu pengetahuan (*transfer of knowledge*) dari dosen ke mahasiswa. Bagi universitas, proses ini merupakan kunci utama pelayanan/produk yang diberikan. Jika proses yang diberikan oleh FE UAJY berkualitas dan dapat diterima oleh mahasiswanya maka akan didapatkan kepuasan mahasiswa. Proses pembelajaran yang berkualitas akan

menghasilkan output lulusan yang berkualitas pula. Proses ini diharapkan akan dapat menunjang keberhasilan lulusan untuk mendapatkan pengakuan di masyarakat.

Dalam proses penyampaian ilmu pengetahuan ini terdapat banyak faktor yang menentukan keberhasilannya. Dosen merupakan faktor yang amat penting dalam memberikan pelayanan akademik tersebut. Faktor dosen sendiri dapat diperinci lagi menjadi beberapa indikator yakni penyampaian materi, penguasaan materi, disiplin kerja, dan penilaian dosen. Faktor lain yang sangat mendukung proses pembelajaran adalah sarana dan prasarana kampus yang dapat disebut *kepuasan tangible*.

Secara alamiah mahasiswa belajar dengan tujuan untuk memenuhi hasrat keingintahuan akan ilmu pengetahuan. Pemenuhan kebutuhan ini merupakan kewajiban universitas. Semakin besar mahasiswa mendapatkan jawaban akan keingintahuan dan bekal ketrampilan untuk bermasyarakat maka mahasiswa semakin merasa puas, demikian pula sebaliknya jika mahasiswa semakin tidak mendapatkan jawaban akan keingintahuan dan bekal ketrampilan maka mahasiswa semakin merasa tidak puas.