Persaingan Industri Jasa Pendidikan Tinggi: Mengukur dan Meningkatkan Kualitas untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing

Muhammad Johan Widikusyanto [1], Asmi Ayuning Hidayah [2]
Prodi Marketing, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa[1,2]

Abstrak:
Penelitian ini untuk mengukur, menggambarkan, dan membandingkan tingkat kualitas universitas di banten dan menentukan strategi untuk meningkatkan kualitas keseluruhan dan setiap universitas menggunakan analisis kinerja yang penting. Objek dalam penelitian ini 850 dari 8 universitas di 5 wilayah di banten. Metode penelitian ini menggunakan survey yang dianalisis statistic deskriptif, uji-t, uji chi square, analisis factor dan analisis kinerja penting. Hasil analisis: atribut service quality yang termasuk Kuadaran satu dan menjadi Prioritas Utama Perbaikan adalah kemampuan mahasiswa dalam menguasai pengetahuan dan keterampilan, serta kemampuan dosen dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan sehingga bisa dikuasai oleh mahasiswa dengan baik. Yang termasuk Kuadaran dua dan perlu dipertahankan kinerjanya adalah termasuk pada dimensi *reliability, responsibility, assurance, empathy* dan *tangible*. *Pada* kuadaran tiga dan mendapat Prioritas Rendah untuk Perbaikan adalah termasuk pada dimensi *Reliability*, *Responsibility* dan *Empathy*. Serta kuadaran Empat dan dianggap berlebihan *service quality* yang diberikan adalah Jadwal pelayanan administrasi dan jadwal perkuliahan serta fasilitas kegiatan ekskul mahasiswa.

Kata Kunci: Analisis Kinerja; Indeks; Kualitas Pelayanan; Keunggulan Bersaing.

Abstract

This study is to measure, describe, and compare the level quality of university in Banten and determine strategies for improving overall quality and each university using importance performance analysis. The object in this study was eight hundred fifty students from eight universities in five regions of Banten. This research mehod use survey quesionnaires which analyzed statistik deskriptif, t-test, Chi-Square tests, Factor Analysis and Importance Performance Analysis.

Keywords: *Importance Performance Analysis; Indeks, Service Quality; Competitive Advantage.*

Corresponding Author: ,mjohanw@gmail.com [1] asmiayu20@gmail.com [2]

PENDAHULUAN

Banten adalah provinsi yang kaya akan potensi sumber daya alam namun tidak diimbangi dengan kualitas Sumber daya manusia. Rendahnya kualitas SDM Banten menyebabkan provinsi ini menjadi salah satu provinsi yang memiliki tingkat pengangguran tertinggi di Indonesia.

Perguruan Tinggi memiliki peranan sekaligus tanggung jawab yang besar untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas SDM. Akan tetapi, persaingan antar penyelenggara pendidikan tinggi menjadi kendala penciptaan SDM yang berkualitas. Memiliki keunggulan bersaing menjadi keharusan dalam menghadapi persaingan dan menciptakan SDM yang dibutuhkan.

Pertumbuhan perguruan tinggi di Banten mengalami pasang surut. Berdasarkan data BPS (2018), peningkatan jumlah Perguruan Tinggi Swasta mulai terlihat pada tahun 2008, namun menurun drastis di tahun berikutnya dan akhirnya kembali naik pada tahun 2011 dan terus bertambah hingga sekarang. Data PDDIKTI (2018) menyebutkan pada tahun 2018, jumlah perguruan tinggi mencapai 163 perguruan tinggi yang terdiri delapan perguruan tinggi negeri dan 155 perguruan tinggi swasta. Pertumbuhan jumlah Perguruan Tinggi di Banten tentunya membawa harapan akan peningkatan SDM yang diperlukan bagi pembangunan Banten. Namun dibalik itu semua, bertambahnya jumlah Perguruan Tinggi telah menciptakan persaingan karena terbatasnya pasar yang diperebutkan. Persaingan ini terus meningkat semakin intens setiap tahunnya.

Salah satu strategi membangun keunggulan bersaing adalah penciptaan *service quality* yang unik dan unggul. Service Quality harus jadi fokus penyelenggaran Perguruan Tinggi. Banyak hasil penelitian yang menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan jasa yang memiliki manajemen yang baik adalah perusahaan yang memiliki sistem monitoring untuk mengudit performa jasa mereka secara rutin. Salah satu teknik monitoring performa adalah *importance-performance analysis* (Kotler dan Keller, 2009: 405).

Tujuan dari penelitian ini adalah: Tujuan umum penelitian ini adalah mengkaji kualitas jasa pendidikan tinggi di provinsi Banten untuk membangun keunggulan bersaing dalam menghadapai persaingan industri jasa pendidikan tinggi baik di tingkat lokal, nasional, maupun global. Adapun tujuan khusus penelitian ini adalah menganalisis kelemahan kualitas jasa pendidikan tinggi di provinsi Banten untuk menentukan strategi perbaikan dan peningkatan kualitas jasa pendidikan tinggi, baik PTN maupun PTS.

Orisinalitas Penelitian ini adalah: Orisinalitas penelititan ada pada lingkup penelitiannya. Beberapa penelitian terdahulu mengenai *Importance Performance Analysis* Perguruan Tinggi hanya mengkaji satu atau dua perguruan tinggi yang terbatas pada satu atau dua kota/kabupaten, sedangkan penelitian yang menggunakan banyak perguruan tinggi sebagai objek yang mewakili lima wilayah di provinsi Banten, yaitu Cilegon, Tangerang, Serang, Pandeglang, dan Lebak, belum pernah dilakukan.

Oleh karena itu, penelitian dengan menggunakan delapan perguruan tinggi baik swasta maupun negeri yang mewakili lima wilayah di provinsi Banten, yaitu Cilegon, Tangerang, Serang, Pandeglang, dan Lebak menjadi orisinalitas penelitian ini. Dengan kata lain, orisinalitas terletak pada *Service Quality Importance Performance Analysis* pendidikan tinggi di Banten yang lebih luas dan lengkap dibandingkan studi-studi pendahulunya.

TINJAUAN LITERATUR

Jasa

Jasa didefinisikan sebagai suatu bentuk usaha yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler dan Keller, 2009: 386). Secara umum jasa dapat didefinisikan sebagai tindakan, proses, dan hasil yang diproduksi atau diberikan oleh suatu entitas atau seseorang ke entitas atau orang lain (Zeithaml *et al*., 2009: 4). Ketika pelanggan memutuskan untuk membeli sebuah jasa, mereka akan melalui suatu proses pembelian dan evaluasi.

Zeithaml *et al*. (2009: 103) membagi proses pembuatan keputusan pembelian dan evaluasi yang dilakukan pelanggan menjadi tiga tahap yaitu pilihan pelanggan, pengalaman pelanggan, dan evaluasi setelah mengkonsumsi. Evaluasi *Service Quality* oleh pelanggan terjadi pada tahap kedua yaitu pada tahap pengalaman konsumen (Zeithaml *et al.*, 2009: 60). Lovelock (2001: 123) menyebut tahap ini sebagai *service encounter stage.* Tahap *service encounter* terdiri dari proses memesan jasa dari penyedia jasa yang sudah dipilih, dan menerima jasa tersebut.

Beberapa perusahaan jasa berusaha membangun pengalaman yang tidak terlupakan bagi pelanggannya pada tahap yang kedua ini. Pengalaman tersebut dapat dipengaruhi oleh karyawan yang berhubungan dengan pelanggan, lingkungan fisik, proses produksi jasa (Zeithaml *et al.*, 2009: 63).

Pada tahap ketiga, pelanggan kembali mengevaluasi jasa setelah pelanggan memiliki pengalaman menggunakan jasa (*postexperience evaluation).* Tahap ini akan menentukan apakah mereka puas ataupun tidak puas terhadap jasa yang mereka konsumsi (Lovelock, 2001:126). Hasil dari tahap ini menentukan perilaku di masa mendatang.

Jasa Pendidikan Tinggi

Definisi pendidikan, pendidikan tinggi dan perguruan tinggi menurut undang-undang Republik Indonesia No. 12 tahun 2012 adalah:

> Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.

> Pendidikan Tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia.
> "Perguruan Tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan Pendidikan Tinggi."

Jasa Pendidikan Tinggi adalah suatu produk dari Perguruan tinggi. Produk adalah apapun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, pembelian, penggunaan atau pengonsumsian yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2012: 248). Produk terdiri dari barang dan jasa. Jasa didefinisikan sebagai suatu kegiatan, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2012: 248).

Mengacu pada definisi pendidikan dan pendidikan tinggi menurut undang-undang RI No. 12 tahun 2012 serta definisi jasa menurut ahli, maka Jasa Pendidikan Tinggi dapat didefinisikan sebagai kegiatan pendidikan mencakup jenjang program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan dan ditawarkan Perguruan Tinggi yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.

Secara lebih sederhana, Jasa Pendidikan Tinggi dapat diartikan sebagai kegiatan pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi, diselenggarakan dan ditawarkan Perguruan Tinggi yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan, untuk mengembangkan potensi peserta didik.

Service Quality

Dasar teori Service Quality berasal dari literatur kualitas produk dan kepuasan pelanggan (Brady dan Cronin, 2001). Konsep awal Service Quality berdasarkan paradigma discorfirmation yang digunakan di literatur produk non jasa. Paradigma ini menyatakan bahwa kualitas dihasilkan dari perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan. Paradigma disconfirmation juga menjadi dasar bagi model SERVQUAL Parasuraman et. al. (1988) yang melihat service quality adalah gap antara tingkat harapan jasa dan persepsi pelanggan di tingkat yang mereka terima.

Riset berikutnya mencoba menciptakan Konsep alternatif Service Quality yang memodifikasi model SERVQUAL dengan tidak memasukan harapan pelanggan dalam pengukuran, misalnya model SERVPERF. Peneliti lainnya menambahkan dimensi untuk harapan pelanggan dalam model Service Quality, atau menggunakan metode alternatif seperti analisis conjoint untuk menilai persepsi Service Quality.

Pentingnya Service Quality dalam membangun keunggulan bersaing mendorong para peneliti menciptakan model Service Quality dan instrumen pengukurannya. Beberapa model pengukuran service quality diantaranya Servqual Parasuraman et. al. (1988), Servperf Cronin dan Taylor (1992), SQHM Brady dan Cronin (2001) dan Hedperf Abdullah (2005).

Servqual

Salah satu model pengukuran *Service Quality* yang terkenal dan sering digunakan adalah Servqual (*service quality*) yang dikembangkan pertama kali oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988). Servqual adalah skala multiple-item yang berguna untuk mengukur persepsi service quality konsumen.

Servqual pada awalnya memiliki sepuluh dimensi *exploratory research* parasuraman et.al, yaitu *tangibles, reliability, responsivenens, communication, credibility, security, competence, courtesy, understanding/knowing the customer*, dan *access*. Model Servqual ini kemudian di uji ulang untuk menghilangkan dimensi yang *overlapping* sehingga dihasilkan lima dimensi utama yaitu: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy.* Dua dimensi terakhir, yaitu *assurance* dan *empathy* mengadung indikator yang mewakili tujuh dimensi Servqual awal, yaitu communication, credibility, security, competence, courtesy, understanding/knowing customers, dan access.

Beberapa penelitian yang mencoba mengukur *Service Quality* di Perguruan Tinggi menggunakan Servqual Parasuraman et. al. (1988) diantaranya adalah Angappapillai dan Annapoorani (2012) serta Annamdevula dan Bellamkonda (2012) dengan obejek penelitiannya adalah Perguruan Tinggi di India.

Servperf

Model pengukuran Servperf pertama kali dikembangkan oleh Cronin dan Taylor (1992) yang mencoba mengoreksi Servqual Parasuraman et. al. dan mengembakan model pengukuran yang lebih tepat. Cronin dan Taylor (1992) mengkritik Servqual yang dianggap kurang tepat dalam mengukur service quality karena melibatkan harapan pelanggan. Cara ini dipandang berbenturan dengan *disconfirmation paradigm* yang menjelaskan satisfaction. Cronin dan Taylor (1992) mengusulkan Servperf yang mengukur langsung Service Quality tanpa menggunakan harapan pelanggan dan tingkat kepentingan pelanggan. Berdasarkan penelitian mereka, Servperf yang terdiri dari 22 indikator menjadi model pengukuran Service Quality yang lebih efisien dan lebih baik dari Servqual Parasuraman et. al.(1988).

Abdullah (2005) menggunakan Servperf sebagai dasar model pengukuran Service Quality untuk menciptakan model pengukuran Service Quality yang khusus dan sesuai dengan industri pendidikan tinggi. Objek yang digunakan dalam penelitiannya adalah perguruan tinggi di Malaysia.

SQHM atau Service Quality Herachical Model

SQHM atau Service Quality Herachical Model dikembangkan oleh Brady dan Cronin (2001) yang bertujuan untuk memberikan model pengukuran *Service Quality* baru dan terintegrasi dibandingkan Servqual ataupun Servperf. SQHM memiliki tiga dimensi utama dan tiga subdimensi. Ketiga dimensi utama yang pertama adalah *Interaction Quality* dengan sub dimensi *Attitude, Behavior, Expertise.* Dimensi utama kedua adalah *Physical Enviroment Quality* dengan sub dimensi *Ambient Conditions, Design* dan *Social Factors.* Dimensi utama yang ketiga adalah *Outcome Quality* dengan sub dimensi *Waiting Time, Tangibles* dan *Valence.*

Hedperf

Hedperf dikembangkan oleh Abdullah (2005) sebagai model pengukuran Service Quality Pendidikan Tinggi. Herdperf berangkat dari perlunya pengukuran Service Quality Perguruan Tinggi, namun salah satu model pengukuran yaitu Servperf dianggap sebagai ukuran generik *service quality* yang kurang sesuai untuk mengukur kualitas di konteks Pendidikan Tinggi. Hedperf memiliki lima dimensi yaitu Non-academic aspects, Academic aspects, Reputation, Access, Programme issues, dan Understanding. Perbaikan terhadap Hedperf menghasilakan perubahan jumlah dimensi menjadi empat dengan membuang dimensi Understanding, menjadikan model pengukuran ini lebih baik dibanding Servperf dalam mengukur Service Quality di konteks Pendidikan Tinggi.

Service Quality: Srategi Membangun Keunggulan Bersaing

Service quality menjadi dasar yang efektif dalam merancang strategi pemasaran dan bisnis. Selain itu, *Service Quality* memberikan keunggulan bersaing yang penting dengan menghasilakan penjualan berulang, positif *word of mouth*, loyalitas pelanggan dan diferensiasi produk kompetitif (Abdullah, 2005:31).

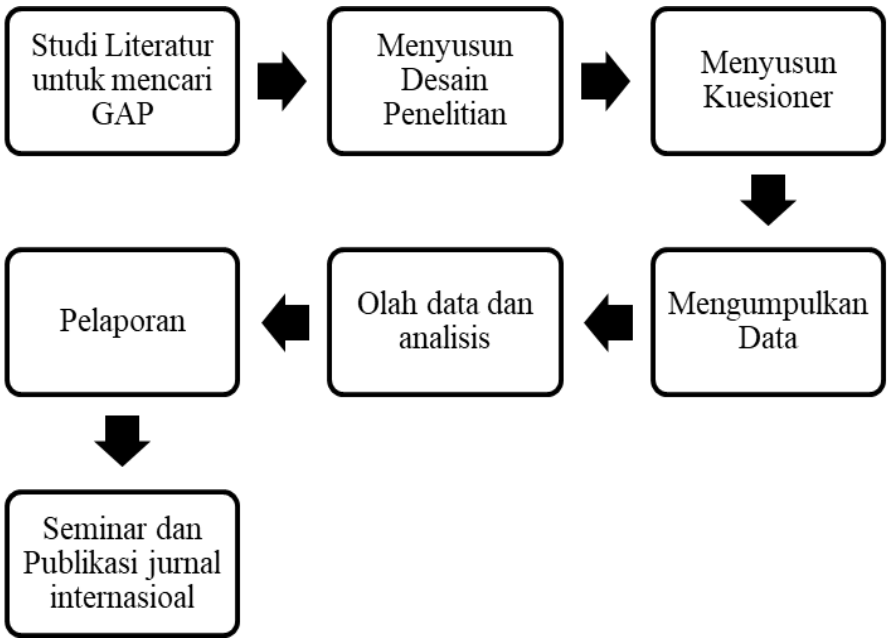
Banyak penelitian di bidang pendidikan tinggi yang telah membuktikan *Service Quality* berperan penting menentukan *Satisfaction* (Teo dan Soutar, 2012; Subrahmanyam, 2017; Annamdevula dan Bellamkonda, 2014; Ardianto et al., 2012; Aljumaa, 2014; Dado et. al., 2011; Tuan, 2012; Dib dan Alnazer, 2013; Assaduzzaman et. al., 2013; Palli dan Mamilla, 2012; Saif, 2014; Ali dan Mohamed, 2014; Farahmandian et. al., 2013; Arokiasamy dan Ghani, 2012; Hanaysha et. al., 2011; Mansor et. al., 2012; Seng dan Ling, 2013; Sultan dan Wong, 2014).

Selain menentukan *Satisfaction* mahasiswa, *Service Quality* berpengaruh pula pada *Trust* (Sultan dan Wong, 2014), *HEI Image* (Dib dan Alnazer, 2013; Sultan dan Wong, 2014), *Customer Value* (Dib dan Alnazer, 2013), *Loyalty* (Subrahmanyam, 2017; Annamdevula dan Bellamkonda, 2014; Dado et. al., 2011; Dib dan Alnazer, 2013) dan *Word of Mouth* (Teo dan Soutar, 2012; Aljumaa, 2014; Ardianto et al., 2012).

Service Quality menjadi sarana yang efektif untuk menciptakan penawaran jasa yang berbeda dan unggul dari pesaing sehingga perguruan tinggi memiliki keunggulan bersaing yang sangat berguna dalam bertahan atau memenangkan persaingan yang terjadi. Keunggulan bersaing ini tercipta melalui *Service Quality* unggul dan berbeda yang berdampak pada kepuasan, kepercayaan, nilai pelanggan, citra perguruan tinggi, loyalitas mahasiswa dan Word of Mouth positif. Dengan demikian, memberikan service quality yang unggul menjadi sarana untuk memenangkan pasar melalui penciptaan keunggulan bersaing yang superior.

METODE PENELITIAN

Alir proses penelitian ini ditampilkan pada bagan alir proses penelitian berikut ini.



Gambar 3.1. Bagan Alir Proses Penelitian

Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dan bersifat terapan. Jenis penelitian ini dipilih karena penelitian ini berupaya medeskripsikan objek yang di teliti dan analisisnya menggunakan statistik. Selain itu, penelitian ini mencoba memecahkan masalah yang terjadi pada tataran praktis, bukan teoretis. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey.

Sampel dan Pengumpulan Data

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive and quota sampling*. Kriteria pemilihan sampel penelitian ini adalah mahasiswa reguler S-1 dari delapan perguruan tinggi di Provinsi Banten baik swasta maupun negeri yang tersebar di lima wilayah Banten, yaitu Cilegon, Serang, Tangerang, Lebak dan Pandelang.

Delapan Perguruan Tinggi dipilih karena termasuk sepuluh Perguruan Tinggi Banten yang memiliki mahasiswa terbanyak menurut data forlap Dikti 2018, yang juga mewakili lima kota atau kabupaten di Banten.

Delapan Perguruan Tinggi tersebut adalah:

1) Universitas Pelita Harapan
2) Universitas Muhammadiyah Tangerang
3) Sekolah Tinggi Latansa Mashiro

4) Sekolah Tinggi Al-Khairiyah
5) Universitas Islam Negeri Banten
6) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
7) Universitas Serang Raya
8) Universitas Mathlaul Anwar

Setiap sampel terdiri dari 100 unit sampel atau responden (mahasiswa). Total ukuran sampel adalah 800 mahasiswa. Untuk menghindari resiko sampel yang cacat dan tidak dapat diolah, maka sampel yang direncanakan ditambah 50 responden sehingga ukuran total sampel adalah sebanyak 850 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *self-administered survey* dengan cara menyebarkan kuesioner penelitian secara langsung pada.

Analisis Data

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan profil responden, nilai *importance* dan nilai *performance* atau *Service Quality* masing masing perguruan tinggi yang diteliti.

T-test

t-test digunakan untuk menguji gap antara nilai *importance* dan *performance.* Pengujian ini diperlukan untuk melihat seberapa penting gap yang ada untuk diperhatikan sehingga bisa dipertimbangakan atau menjadi landasan dalam *Importance Performance Analysis.* Jika signifikan berbeda, maka gap dapat digunakan dalam *Importance Performance Analysis.* Pengujian gap akan dilakukan berdasarkan:

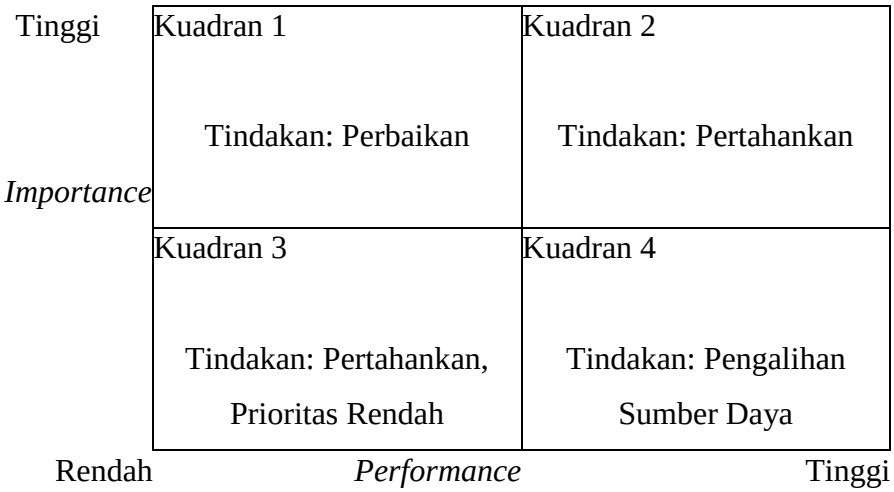
a. Gabungan delapan Perguruan Tinggi
b. Jenis Perguruan Tinggi: Swasta dan Negeri

Importance-Performance Analysis

Importance-Performance Analysis yang dikembangkan oleh Martilla and James (1977). *Importance-Performance Analysis* bermanfaat untuk menentukan prioritas perbaikan atau peningkatan *Service Quality* masing masing perguruan tinggi. Matrix *importance-performance* akan membantu menentukan tindakan yang tepat untuk menyelesaikan masalah *Service Quality* yang terjadi.

Matrix *importance-performance* terdiri dari empat kuadran, yaitu kuadran 1: perlu perbaikan, kuadran 2: pertahankan, kuadran 3: pertahankan dan kuadran 4: pengurangan.

Matrix *importance-performance* ditampilkan pada gambar berikut ini.



Gambar 3.2 Matrix *importance-performance*

Kuadran 1 menunjukan faktor yang dianggap memengaruhi kepuasan mahasiswa dan dianggap sangat penting, tetapi perguruan tinggi belum dapat melaksanakan sesuai keinginan mahasiswa.

Kuadran 2 menunjukan faktor yang telah berhasil dilaksanakan perguruan tinggi, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan mahasiswa.

Kuadran 3 menunjukan faktor yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan mahasiswa.

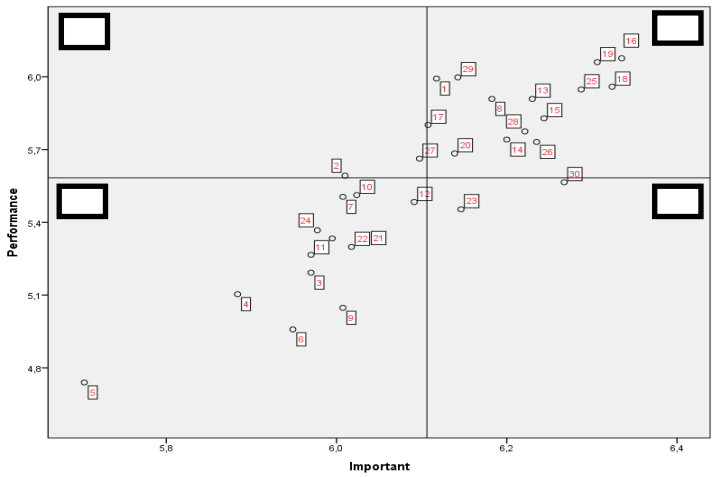
Kuadran 4 menunjukan faktor yang memuaskan, tetapi pelaksanaanya terlalu berlebihan dan dianggap kurang penting oleh mahasiswa.

Analisis diperluas dan diperdalam dengan membagi analisis berdasarkan:

a. Gabungan delapan Perguruan Tinggi
b. Jenis Perguruan Tinggi: Swasta dan Negeri

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Importance-Performance* untuk perguruan tinggi di Banten ditampilkan pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Analisis *Importance-Performance* Perguruan Tinggi Banten

Berdasarkan hasil analisis *important* dan *performance service quality* Perguruan Tinggi di Banten, atribut service quality yang termasuk Kuadaran satu dan menjadi Prioritas Utama Perbaikan adalah:

a) Mahasiswa dapat menguasai dengan baik setiap pengetahuan dan keterampilan yang diajarkan oleh dosen
b) Gedung kampus terlihat modern dan menarik

Atribut atribut tersebut perlu mendapat prioritas untuk diperbaiki terlebih dahulu. Atribut-atribut tersebut termasuk pada dimensi *Reliability* dan *Tangible*. Atribut-atribut atau indikator inilah yang dinilai sangat penting oleh mahasiswa, tetapi tingkat service quality nya masih belum memuaskan. Menjadi penting bagi Perguruan Tinggi di Banten untuk memperbaiki atribut atribut ini guna meningkatkan daya saing.

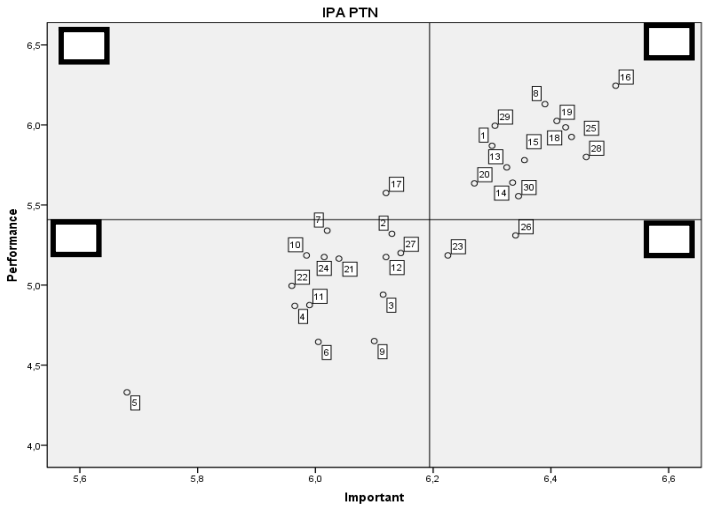
Atribut-atribut atau indikator yang berada di kuadran dua harus bisa dipertahankan oleh Perguruan Tinggi, karena tingkat service quality nya telah sesuai dengan kepentingan atau harapan mahasiswa. Menjadi penting bagi Perguruan Tinggi untuk mempertahankan atribut atribut ini guna mempertahankan tingkat daya saing yang telah berhasil dibangunnya. Dimensi service quality pada kuadaran ini adalah *reliability, responsibility, assurance, empathy* dan *tangible*.

Atribut atau indikator pada kuadran ini dinilai kurang penting atau memiliki prioritas rendah oleh mahasiswa, namun service quality nya dinilai cukup baik oleh mahasiswa. Memperbaiki atribut yang termasuk dalam kuadran tiga ini menjadi kurang penting karena dianggap kurang penting oleh mahasiswa sehingga kurang dapat digunakan untuk

mempertahankan atau meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, sumber daya yang ada tidak perlu diarahkan pada perbaikan atribut atribut ini, melainkan pada atribut yang berada di kuadran satu. Dimensi pada kuadran ini adalah *Reliability, Responsibility* dan *Empathy*.

Atribut service quality yang termasuk Kuadaran Empat dan dianggap berlebihan adalah:

a. Jadwal pelayanan administrasi dan jadwal perkuliahan yang nyaman dan mudah diikuti mahasiswa
b. Kampus memiliki fasilitas yang cukup untuk mendukung kegiatan ekskul mahasiswa



Gambar 2. Analisis *Importance-Performance* Perguruan Tinggi Negeri Banten

Berdasarkan hasil analisis *important* dan *performance service quality* Perguruan Tinggi Negeri, atribut service quality yang termasuk Kuadaran satu dan menjadi Prioritas Utama Perbaikan adalah:

a. Jumlah mahasiswa per kelas cukup (tidak terlalu banyak).

Atribut atribut tersebut perlu mendapat prioritas untuk diperbaiki terlebih dahulu. Atribut-atribut tersebut termasuk pada dimensi *Assurance*. Atribut-atribut atau indikator inilah yang dinilai sangat penting oleh mahasiswa, tetapi tingkat service quality nya masih belum memuaskan. Menjadi penting bagi Perguruan Tinggi Negeri untuk memperbaiki atribut atribut ini guna meningkatkan daya saing.

Atribut-atribut atau indikator yang berada di kuadran dua harus bisa dipertahankan oleh Perguruan Tinggi, karena tingkat service quality nya telah sesuai dengan kepentingan atau harapan mahasiswa. Menjadi penting bagi Perguruan Tinggi

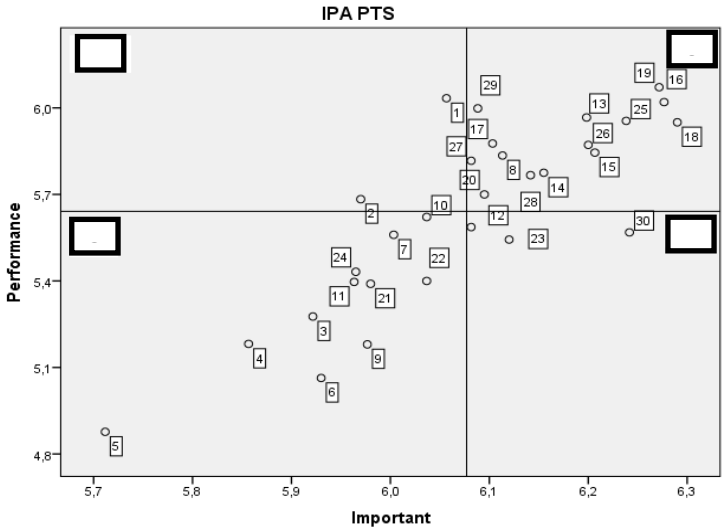
untuk mempertahankan atribut atribut ini guna mempertahankan tingkat daya saing yang telah berhasil dibangunnya. Dimensi service quality pada kuadaran ini adalah *reliability, responsibility, assurance, empathy* dan *tangible*.

Atribut atau indikator pada kuadran ketiga dinilai kurang penting atau memiliki prioritas rendah oleh mahasiswa, namun service quality nya dinilai cukup baik oleh mahasiswa. Memperbaiki atribut yang termasuk dalam kuadran tiga ini menjadi kurang penting karena dianggap kurang penting oleh mahasiswa sehingga kurang dapat digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, sumber daya yang ada tidak perlu diarahkan pada perbaikan atribut atribut ini, melainkan pada atribut yang berada di kuadran satu. Dimensi pada kuadran ini adalah *Reliability*, *Responsibility*, *Empathy* dan *Tangible.*

Atribut service quality yang termasuk Kuadaran Empat dan dianggap berlebihan adalah:

a. Jadwal pelayanan administrasi dan jadwal perkuliahan yang nyaman dan mudah diikuti mahasiswa
b. Ruang kelas nyaman dan mendukung kegiatan pembelajaran

Atribut atau indikator pada kuadran ini dinilai tidak terlalu penting oleh mahasiswa, tetapi Perguruan Tinggi memberikan service quality lebih atau sangat memuaskan. Memperbaiki atribut yang termasuk dalam kuadran empat ini menjadi tidak ada gunanya karena Perguruan Tinggi sudah memberikan Service Quality yang sangat memuaskan namun dianggap kurang penting oleh mahasiswa, sehingga perbaikan atau peningkatan pada atribut-atribut ini tidak dapat digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, sumber daya yang ada tidak perlu diarahkan pada perbaikan atau peningkatan atribut atribut ini, melainkan pada atribut yang berada di kuadran satu. Dimensi pada kuadran ini adalah *Empathy* dan *Tangible.*



Gambar 3. Analisis *Importance-Performance* Perguruan Tinggi Swasta di Banten

Berdasarkan hasil analisis *important* dan *performance service quality* Perguruan Tinggi Swasta, atribut service quality yang termasuk Kuadaran satu dan menjadi Prioritas Utama Perbaikan adalah:

a. Dosen mampu menjawab pertanyaan mahasiswa dengan baik mengenai materi yang diajarkannya.
b. Mahasiswa dapat menguasai dengan baik setiap pengetahuan dan keterampilan yang diajarkan oleh dosen

Atribut atribut tersebut perlu mendapat prioritas untuk diperbaiki terlebih dahulu. Atribut-atribut tersebut termasuk pada dimensi *Reliability*. Atribut-atribut atau indikator inilah yang dinilai sangat penting oleh mahasiswa, tetapi tingkat service quality nya masih belum memuaskan.

Atribut-atribut atau indikator yang berada di kuadran kedua harus bisa dipertahankan oleh Perguruan Tinggi, karena tingkat service quality nya telah sesuai dengan kepentingan atau harapan mahasiswa. Menjadi penting bagi Perguruan Tinggi untuk mempertahankan atribut atribut ini guna mempertahankan tingkat daya saing yang telah berhasil dibangunnya. Dimensi service quality pada kuadaran ini adalah *responsibility, assurance, empathy* dan *tangible*.

Atribut atau indikator pada kuadran ketiga dinilai kurang penting atau memiliki prioritas rendah oleh mahasiswa, namun service quality nya dinilai cukup baik oleh mahasiswa. Memperbaiki atribut yang termasuk dalam kuadran tiga ini menjadi kurang penting karena dianggap kurang penting oleh mahasiswa sehingga kurang dapat digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, sumber daya yang ada tidak perlu diarahkan pada perbaikan atribut atribut

ini, melainkan pada atribut yang berada di kuadran satu. Dimensi pada kuadran ini adalah *Reliability, Responsibility* dan *Empathy.*

Atribut service quality yang termasuk Kuadaran Empat dan dianggap berlebihan adalah:

a. Staf dan dosen menanggapi dan menyelesaikan komplain dan keluhan dengan baik
b. Jadwal pelayanan administrasi dan jadwal perkuliahan yang nyaman dan mudah diikuti mahasiswa

Kampus memiliki fasilitas yang cukup untuk mendukung kegiatan ekskul mahasiswa

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis *important* dan *performance service quality* Perguruan Tinggi di Banten, atribut service quality yang termasuk Kuadaran satu dan menjadi Prioritas Utama Perbaikan adalah kemampuan mahasiswa dalam menguasai pengetahuan dan keterampilan, serta kemampuan dosen dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan sehingga bisa dikuasai oleh mahasiswa dengan baik. Sedangkan perguruan tinggi Negeri adalah jumlah mahasiswa per kelas yang dirasa terlalu banyak oleh mahasiswa, dan Perguruan Tinggi Swasta adalah kemampuan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa dengan baik mengenai materi yang diajarkannya. Selain itu juga kemampuan mahasiswa dalam menguasai pengetahuan dan keterampilan, serta kemampuan dosen dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan sehingga bisa dikuasai oleh mahasiswa dengan baik.

Atribut-atribut atau indikator pada dimensi ini dinilai sangat penting oleh mahasiswa, tetapi masih belum memuaskan. Menjadi penting bagi Perguruan Tinggi untuk memperbaiki atribut atribut ini guna meningkatkan daya saing.

Atribut service quality Perguruan Tinggi di Banten yang termasuk Kuadaran dua dan perlu dipertahankan kinerjanya adalah termasuk pada dimensi *reliability, responsibility, assurance, empathy* dan *tangible*. Sedangkan Perguruan Tinggi Negeri adalah *reliability, responsibility, assurance, empathy* dan *tangible*, dan Perguruan Tinggi Swasta adalah *responsibility, assurance, empathy* dan *tangible*.

Atribut-atribut yang berada di kuadran dua harus bisa dipertahankan oleh Perguruan Tinggi, karena tingkat service quality nya telah sesuai dengan harapan mahasiswa. Menjadi penting bagi Perguruan Tinggi untuk mempertahankan atribut atribut ini guna mempertahankan tingkat daya saing yang telah berhasil dibangunnya.

Atribut service quality Perguruan Tinggi di Banten yang termasuk Kuadaran tiga dan mendapat Prioritas Rendah untuk Perbaikan adalah termasuk pada dimensi *Reliability,*

Responsibility dan *Empathy*. Sedangkan Perguruan Tinggi Negeri adalah *Reliability*, *Responsibility*, *Empathy* dan *Tangible*, dan Perguruan Tinggi Swasta adalah *Reliability*, *Responsibility* dan *Empathy*.

Atribut-atribut pada kuadran ini dinilai kurang penting oleh mahasiswa, namun service quality nya dinilai cukup baik. Tidak perlu memperbaiki atribut yang termasuk dalam kuadran tiga ini karena mahasiswa menganggap kurang penting sehingga kurang dapat digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, sumber daya yang ada tidak perlu diarahkan pada perbaikan atribut atribut ini, melainkan pada atribut yang berada di kuadran satu.

Atribut service quality Perguruan Tinggi di Banten yang termasuk Kuadaran Empat dan dianggap berlebihan *service quality* yang diberikan adalah Jadwal pelayanan administrasi dan jadwal perkuliahan serta fasilitas kegiatan ekskul mahasiswa. Sedangkan Perguruan Tinggi Negeri adalah Jadwal pelayanan administrasi dan jadwal perkuliahan serta ruang kelas, dan Perguruan Tinggi Swasta adalah respon staf dan dosen terhadap komplain dan keluhan, Jadwal pelayanan administrasi dan jadwal perkuliahan serta fasilitas kegiatan ekskul mahasiswa.

Atribut atau indikator pada kuadran ini dinilai tidak terlalu penting oleh mahasiswa, tetapi Perguruan Tinggi memberikan service quality lebih atau sangat memuaskan. Kondisi ini kadang dianggap berlebihan oleh mahasiswa. Memperbaiki atribut yang termasuk dalam kuadran empat ini menjadi tidak ada gunanya karena Perguruan Tinggi sudah memberikan Service Quality yang sangat memuaskan namun dianggap kurang penting oleh mahasiswa, sehingga perbaikan atau peningkatan pada atribut-atribut ini tidak dapat digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, sumber daya yang ada tidak perlu diarahkan pada perbaikan atau peningkatan atribut atribut ini, melainkan pada atribut yang berada di kuadran satu.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Firdaus (2005), Measuring Service Quality In Higher Education: HEdPERF Versus SERVPERF. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 24, No. 1, 31-47.

Angappapillai, A. B. dan C. K. Annapoorani (2012), Quality In Higher Education: An Empirical Investigation. *Afro Asian Journal of Social Sciences*, Vol. 3, No. 3.4, 1-11.

BPS (2018). Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Edukatif (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Provinsi tahun ajaran 2013/2014-2014/2015 (Online). Tersedia: https://www.bps.go.id/statictable/2015/09/14/ 1839/jumlah-perguruan-tinggi-mahasiswa-dan-tenaga-edukatif-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementrian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-provinsi-2013-2014-2014-2015.html.

Brady, Michael K. dan J. Joseph Cronin Jr. (2001), Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, Vol. 65, 34-49.

Kotler, P. dan K. L. Keller (2009), *Marketing Management*, 13th Ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing.* 14th edition. London: Prentice Hall.

Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry (1988), Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 12-40.

PDDIKTI (2018). Grafik Jumlah Perguruan Tinggi (Online). Tersedia: https://forlap.ristekdikti.go.id/ perguruantinggi/homegraphpt.

Zeithaml,V, M. J. Bitner dan D. Gremler (2009), *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 5th ed. Newyork: McGraw-Hill companies, inc

Halaman ini sengaja dikosongkan
(this page intentionally left blank)