

## STRATEGI PENINGKATAN MUTU JASA LAYANAN PENDIDIKAN DI PERGURUAN TINGGI

Oleh :

Hesi Eka Puteri <sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Dosen STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

### Abstraction

*Analysis about strategy development of higher education service represent the part of analysis about development of inwrought quality management in college. Analysis about higher education services is important because its related to management concept from a certifiable college. Evaluation to quality to college not only done by The Bureau of Accreditation National Collage (BAN-PT), but also by the own collage. Because, as service organization in educational, the college should evaluated to the design of service has been given. Evaluation of quality of service in college can be conducted with performance's assessment of aspects quality of service. To evaluate performance of aspects quality of service done by comparing a student expectation and perception to design of service that college offering. It also can be done by the college by using the SWOT Analysis. Its target is to see weakness and strenght from design of service which have walked during the time. From the result of assessment to aspects quality of service, can be formulated a strategy to the make-up of quality of education service.*

### Pendahuluan

Perguruan tinggi di Indonesia mengalami perubahan yang fundamental dalam era globalisasi. Kebutuhan untuk menselaraskan diri dengan lingkungan eksternal menuntut adanya pembena-han-pembenahan pada sisi manajemen. Hal ini menuntut adanya peninjauan kembali terhadap perbaikan sistem manajemen internal sehingga dapat menyeimbangi perubahan eksternal yang terjadi. Tujuannya tak lain adalah agar perguruan tinggi dapat bertahan dan berkembang.

Kemampuan untuk bertahan dan berkembang menjadikan aktivitas pemasaran menempati posisi strategis dalam rencana pengelolaan sebuah perguruan tinggi, dalam hal ini strategi pemasaran haruslah berorientasi kepada kepuasan pemakai jasa (mahasiswa). Jika beberapa

waktu yang lalu disaat persaingan perguruan tinggi tidak seketat pada waktu sekarang, lumrah adanya jika mengang-gap bahwa sektor pendidikan tinggi adalah murni sektor nirlaba (non profit) yang tidak memerlukan banyak sentuhan strategi pemasaran. Namun di-tengah menjamurnya perguruan tinggi dan makin ketatnya persaingan antar perguruan tinggi, maka tak mungkin lagi mengabaikan pentingnya strategi pemasaran dalam pengelolaan perguruan tinggi.

Respon ketidakpuasan dari konsumen terhadap sebuah lembaga, apakah itu profit atau non profit adalah suatu hal yang lumrah terjadi. Hal ini seringkali di istilahkan dengan gejala konsumerisme (Buchari, 2002:11) , yaitu suatu kondisi dimana pihak konsumen yang biasanya berada dalam posisi lemah menghadapi

produsen dan menuntut adanya perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Dalam dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi, gejala konsumerisme dalam pendidikan seringkali diwujudkan dengan protes akibat ketidakpuasan mahasiswa terhadap kualitas jasa layanan yang mereka terima.

Perguruan tinggi yang menghadapi kasus menurunnya jumlah pendaftar serta meningkatnya biaya pendidikan pada sisi lain, sekarang memerlukan perbaikan mutu layanan dalam pengelolaannya. Bagi perguruan tinggi, strategi pemasaran berorientasi pelanggan bukan berarti mengejar profit. Menjangkau mahasiswa serta mencetak lulusan yang berkompentensi dan berdaya saing adalah tujuan utama yang jauh lebih penting. Jika sebuah perguruan tinggi konsekuen dengan strategi layanan bermutu yang berorientasi kepada mahasiswanya, maka semua unsur pengelola yaitu pimpinan, dosen dan tenaga administrasi harus terlibat dalam mewujudkannya. Pendekatan *marketing* dalam dunia pendidikan tinggi akan memaksa pimpinan, dosen dan seluruh personel administrasi untuk terlibat dalam perbaikan mutu pelayanan.

Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) memang sudah melakukan evaluasi jaminan kualitas pendidikan dengan memberikan predikat akreditasi untuk program-program studi yang ada di perguruan tinggi. Namun demikian, perguruan tinggi perlu juga melakukan evaluasi atas desain jasa layanan yang telah diberikan. Evaluasi kualitas jasa di perguruan tinggi ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kinerja dan efektifitas dari desain jasa layanan yang diterapkan selama ini.

### Karakteristik Jasa Perguruan Tinggi

Organisasi yang didirikan bukan untuk tujuan mencari keuntungan biasa disebut dengan organisasi nirlaba. Perguruan tinggi adalah salah satu dari jenis organisasi nirlaba yang bergerak dalam pemberian jasa layanan pendidikan tinggi. Berbeda dengan perusahaan nirlaba lainnya layanan jasa pada perguruan tinggi memiliki beberapa karakteristik yang membedakan antara lain: 1). Perguruan tinggi termasuk ke dalam kelompok jasa murni, dimana pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana pendukung semata. Contoh: ruangan kelas, kursi, meja, buku-buku dan sebagainya, 2). Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (mahasiswa), sehingga dalam hal ini pelanggan mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan, 3). Penerima jasa adalah orang, jadi jasa layanan pendidikan merupakan pemberian jasa yang berbasis orang. Dalam jasa hal ini dikelompokkan kepada jasa dengan sistem kontak tinggi, 4). Hubungan dengan pelanggan berdasarkan keanggotaan (*member relationship*), dimana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tertentu (lihat Lupiyoadi, 2006)

Produk perguruan tinggi sepenuhnya adalah jasa kependidikan tinggi yang terdiri atas jasa kurikuler (kurikulum, silabus umum, rancangan mutu perkuliahan, satuan materi sajian, penyajian materi, evaluasi, praktikum, dan pembimbingan), jasa penelitian (penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan penyediaan berbagai fasilitas), jasa pengabdian masyarakat (kegiatan untuk melayani masyarakat umum terutama masyarakat yang ekonominya lemah atau pendidikannya rendah dengan mengaplikasikan

ilmu-ilmu dan ketrampilan yang merupakan jasa kurikuler dan jasa penelitian), jasa administrasi (administrasi akademik dan umum) dan jasa ekstrakurikuler (semua kegiatan pelayanan kepada mahasiswa baik langsung ataupun tak langsung seperti: pengembangan minat mahasiswa, pembinaan kesejahteraan mahasiswa dan pembimbingan hubungan dengan dunia kerja). Kelima jasa tersebut merupakan suatu kebulatan dalam arti keterpaduan untuk membentuk jasa kependidikan tinggi. (Tampubolon, 2001:71)

#### Konsep Pelayanan di Perguruan Tinggi

Dalam bahasa Indonesia, kata melayani berarti melakukan sesuatu yang baik (berguna, membantu, menguntungkan) orang lain. Dalam konteks dunia usaha, melayani berarti melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Melayani memberikan implikasi bahwa ada tiga hal pokok yaitu adanya pihak yang melayani, adanya pihak yang dilayani dan terjadinya proses melayani-dilayani atau memberi-menerima.

Konsep layanan yang bermutu diperguruan tinggi lebih mengacu kepada keseimbangan dalam aktifitas melakukan proses melayani-dilayani sepenuh dan setulus hati. Pihak yang melayani adalah segenap jajaran manajemen perguruan tinggi termasuk dosen, pimpinan dan staf dan karyawan sedangkan yang menjadi pihak yang dilayani adalah segenap mahasiswa secara khusus dan masyarakat serta dunia kerja secara umum. Hubungan antara perguruan tinggi dan para mahasiswanya berkembang atas dasar 4 prinsip yaitu: 1). Saling membutuhkan 2). Saling memahami 3). Saling melayani dengan sebaik-baiknya dan 4). Kebersamaan (Tampubolon, 2001:143)

Prinsip saling membutuhkan berkenaan dengan kesadaran bahwa dalam alam semesta ini, semua ciptaan Tuhan saling membutuhkan. Berdasarkan konsep ini maka muncullah rasa rendah hati, tidak egois dan saling menghargai antara pimpinan, dosen, pengelola administrasi dengan mahasiswa.

Nilai saling memahami lebih ditekankan pada pemahaman yang objektif pada masing-masing pihak yang saling membutuhkan. Pengelola perguruan tinggi harus memahami apa yang menjadi kebutuhan mahasiswa, masyarakat dan dunia kerja sebagai pelanggan mereka. Dosen juga harus memahami mahasiswanya dalam hal kemampuan, bakat, kelemahan, cita-cita dan lainnya serta memahami akan kebutuhan dunia kerja, teknologi dan penemuan-penemuan baru sehingga lebih objektif dalam memberi perkuliahan. Begitu juga sebaliknya mahasiswa juga harus memahami kepribadian, sifat dan sikap dosen mereka. Begitu juga pimpinan, staf dan karyawan semestinya harus ada tanggung jawab untuk saling memahami dalam jenjang birokratis yang tidak kaku.

Dalam konteks perguruan tinggi, nilai saling melayani ditumbuh-kembangkan dalam hubungan yang harmonis antara pengelola perguruan tinggi, mahasiswa, masyarakat dan dunia kerja. Pimpinan dan dosen menjadi teladan bagi bawahan dan mahasiswa. Pimpinan melayani bawahan dengan setulus hati, sebaliknya bawahan juga melaksanakan tugas dan bertanggung jawab terhadap pimpinan. Dosen melayani mahasiswa dengan perencanaan dan proses perkuliahan dengan setulus hati, sebaliknya mahasiswa juga melayani dosen mereka dengan cara

belajar sungguh-sungguh dan disiplin. Mahasiswa menyadari tanggung jawabnya melalui pembayaran kepada pihak perguruan tinggi, menaati kedisiplinan dan mematuhi peraturan. Satu hal yang paling penting untuk ditekankan dalam mengembangkan nilai saling melayani adalah rasa empati. Kemantapan empati dari setiap orang yang terlibat di perguruan tinggi akan terlihat dari sikap saling memberi perhatian penuh dan tulus. Melalui proses-proses manifestasi terhadap nilai saling membutuhkan, saling memahami dan saling melayani maka muncullah kebersamaan. Rasa kebersamaan di kalangan pengelola perguruan tinggi akan memberi teladan bagi mahasiswa untuk mengembangkan kebersamaan di lingkungan yang sama dan dengan rasa tersebut mahasiswa akan merasa memiliki dan bangga dengan perguruan tinggi dimana mereka berada.

Untuk mengukur tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan jasa yang diberikan perguruan tinggi terdapat beberapa cara. Namun demikian pada prinsipnya terdapat beberapa aspek yang diukur yaitu: 1). Aspek tampilan fisik, 2). Aspek keandalan 3). Aspek daya tanggap, 4). Aspek keterjaminan dan 5). Aspek Empati. (lihat Parasuraman, Zeithmal & Berry, 1990)

Aspek tampilan fisik (*tangibles*) merupakan aspek-aspek nyata yang bisa dilihat dan diraba. Beberapa aspek tampilan fisik yang dapat dijadikan indikator dalam melihat kualitas jasa pelayanan pendidikan antara lain seperti: a). Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan kantor, ruangan kuliah, laboratorium dan sarana pendukung lainnya b).

Kelengkapan sarana dan prasarana laboratorium dan perpustakaan c). Kelengkapan fasilitas pendukung/media belajar d). Penataan eksterior & interior kampus e). Dukungan peralatan dan teknologi f). Dan lainnya.

Aspek keandalan (*reliability*), adalah keandalan sistem pelayanan yang diberikan oleh pengelola jasa, apakah jasa yang diberikan sesuai dengan standar-standar umum atau bahkan melebihi standar umum. Dengan kata lain, menunjukkan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Beberapa aspek keandalan jasa layanan yang dapat dijadikan ukuran dalam menilai kualitas jasa layanan pendidikan di perguruan tinggi adalah: a). Kemampuan tenaga pengajar dalam memberikan perkuliahan yang bermutu b). Kemampuan pimpinan dan staf administrasi dalam mengelola perguruan tinggi & menyelesaikan persoalan administrasi c). Kemampuan dosen dalam membimbing mahasiswa e). ketepatan dan kelancaran proses perkuliahan serta kesesuaian dengan silabus e). Dan lainnya.

Aspek ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat atau penuh ketanggapan. Dapat juga berarti kecepatan pemberi jasa dalam memberikan pelayanan, sekaligus mampu menangkap aspirasi-aspirasi yang muncul dari mahasiswa. Aspek ini menyangkut: a). Kemampuan dosen untuk cepat tanggap dalam mengatasi permasalahan dalam perkuliahan b). Kemampuan pimpinan untuk tanggap terhadap permasalahan di lingkungan kampus c). Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan administrasi maupun

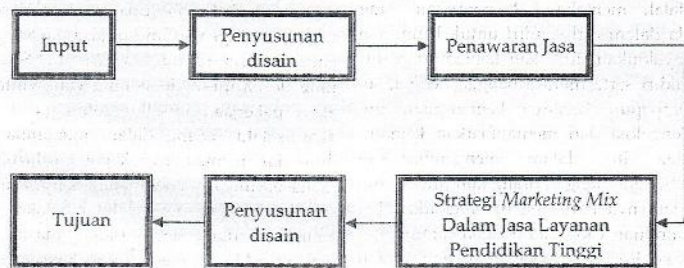
dalam kegiatan akademis lainnya d). Pengelola memberikan informasi yang efektif dan tanggap dalam mengatasi persoalan e). Dan lainnya.

Aspek keterjaminan (*assurance*), yaitu adanya jaminan bahwa jasa yang ditawarkan memberikan jaminan keamanan, kemampuan (kompetensi) sumber daya dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar dan hal-hal lain yang sifatnya memberikan jaminan bahwa seluruh unsur pemberi jasa sesuai dengan apa yang diharapkan. Aspek ini dapat diwakili oleh: a). Pengetahuan dan kecakapan pimpinan, tenaga administrasi dan dosen dalam menjalankan tugasnya, b). Komunikasi yang efektif antara pengelola, dan dosen dengan mahasiswa c) Perhatian dosen, pimpinan dan karyawan terhadap kegiatan akademis d). Bantuan dan perhatian pengelola terhadap mahasiswa e). Dan lainnya.

Aspek empati (*empathy*), berkaitan dengan memberi perhatian penuh kepada konsumen dalam hal ini mahasiswa. Aspek ini diwakili beberapa instrument seperti : (a). Perhatian pimpinan, pengelola dan dosen dalam proses belajar mengajar dan persoalan administrasi dan kegiatan akademis lainnya b). Pelayanan yang ramah dan tulus membantu c). PERHATIAN secara individual kepada mahasiswa yang bermasalah d). RASA tanggung jawab e). Dan lainnya.

### Strategi Pengembangan Jasa Layanan Pendidikan di Perguruan Tinggi

Untuk mengembangkan sebuah model jasa layanan yang ideal tidak terlepas dari model penawaran umum jasa pendidikan tinggi. Berikut adalah model penawaran umum jasa pendidikan tinggi: (Buchari, 1997)



Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa model penawaran jasa perguruan tinggi, secara umum diawali dengan pengelolaan manajemen input yang ada yang terdiri dari lokasi, sumber daya manusia, modal, sarana dan prasarana dan manajemen. Selanjutnya penyusunan disain dilakukan dengan mempertimbangkan segala aspek yang ada pada perguruan tinggi. Penawaran jasa meli-

puti apa yang terjadi dalam proses belajar mengajar yang ideal, riset, layanan publik serta hubungan pengelola dengan mahasiswa dan masyarakat. Segala aspek ini dalam mencapai tujuannya harus disertai dengan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk sektor lembaga nirlaba seperti perguruan tinggi. Penyusunan disain dilanjutkan dengan mempertimbangkan tujuan umum dan

khusus yang ingin dicapai. Proses penyusunan disain yang berkonsep manajemen mutu terpadu akan dapat meningkatkan kualitas jasa layanan pendidikan.

Pada dasarnya pengembangan jasa layanan yang baik diperguruan tinggi berpijak pada prinsip-prinsip pelayanan bermutu (*service excellent*). Di perguruan tinggi, pelayanan bermutu harus tumbuh dan berkembang dalam diri semua unsur pengelola perguruan tinggi yaitu pimpinan, dosen, teknisi, pegawai administrasi serta mahasiswa sebagai pelanggan. Untuk itu ada tiga prinsip utama yang perlu dipahami dan dipeedomani oleh setiap orang yaitu: 1). Menghargai diri sendiri, 2). Menghargai orang lain dan 3). Menghargai pekerjaan. (Tampubolon, 2001:149)

Menghargai diri sendiri pada prinsipnya adalah memahami kemampuan yang ada dalam diri sendiri untuk kemudian meyakinkan diri akan kemampuan diri sendiri serta merasa bangga dengan seberapa kecilnya kemampuan itu. Mengelola dan memanfaatkan kemampuan itu dalam mengembangkan hubungan dengan orang lain (melayani). Seterusnya berusaha meningkatkan kemampuan yang ada dengan cara memotivasi diri. Mutu pelayanan yang rendah sangat terkait dengan kemampuan menghargai diri sendiri yang rendah dari setiap pengelola perguruan tinggi.

Menghargai orang lain terkait dengan memahami emosi, pikiran, sifat dan sikap orang lain. Berdasarkan pemahaman inilah seseorang dapat membina hubungan baik dan melayani orang lain dengan baik. Memahami orang lain dalam hal ini dapat dilakukan dengan memberi

respon positif terhadap aspirasinya. Seorang dosen dapat memenangkan simpati mahasiswa dengan cara memahami kemampuan mahasiswa dan berempati terhadap terhadap aspirasi mahasiswa sehingga setiap kuliah yang diberikan dan penyajian materi dapat dipahami oleh mahasiswa. Begitu juga dengan karyawan administrasi, dengan memahami kebutuhan orang lain maka hubungan kerja dan kemampuan memberikan layanan yang optimal dapat dicapai. Akan halnya pimpinan, sebaiknya adalah seorang yang mampu memahami segenap aspirasi bawahan/staf dosen, teknisi, karyawan dan terutama mahasiswa.

Prinsip menghargai pekerjaan terkait dengan rasa senang dengan jabatan/pekerjaan yang diemban. Betapapun kecilnya pekerjaan yang diemban, jika dilakukan dengan tulus dan sepenuh hati akan merupakan akumulasi usaha peningkatan mutu jasa layanan kependidikan secara keseluruhan. Seorang dosen mestilah seorang yang cinta akan pekerjaan tersebut sehingga dia akan selalu senang dalam menambah ilmu dan membaginya kepada seluruh mahasiswanya. Penempatan karyawan sebaiknya sesuai dengan latar belakang keilmuan dan kemampuan masing-masing sehingga mereka dapat mencintai pekerjaan dan meningkatkan etos kerja mereka.

Peningkatan mutu jasa layanan pendidikan pada prinsipnya adalah pembenaan pada tiga hal berikut:

1. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia.  
Proses pemberdayaan sumber daya manusia di perguruan tinggi meliputi pimpinan, dosen dan tenaga

administrasi. Pimpinan perguruan tinggi bertanggung jawab terhadap pengelolaan perguruan tinggi; mengantar perguruan tinggi mencapai visi, misi dan tujuannya serta membina hubungan eksternal dengan masyarakat dan hubungan internal dalam perguruan tinggi. Pimpinan juga bertanggung jawab dalam pengelolaan mutu yang di bahas dengan komisi khusus Badan Penjaminan Mutu.

Dosen adalah guru di perguruan tinggi. Pada hakekatnya jasa utama yang diberikan oleh perguruan tinggi kepada mahasiswa adalah memberikan ilmu, dan ini adalah tanggung jawab dosen. Dalam menjalankan tugasnya, dosen memiliki peran multi-dimensional yaitu sebagai pendidik sekaligus pengajar, sebagai pemimpin terhadap sekelompok mahasiswa yang diajar, memproduksi semua bahan-bahan pelajaran sekaligus sebagai pelayan karena melayani mahasiswanya dengan setulus hati, sebagai pembimbing mahasiswanya dalam berbagai bentuk kegiatan, sebagai motivator untuk memotivasi mahasiswa agar giat belajar sekaligus sebagai stimulator yang berperan untuk memberi rangsangan kepada mahasiswa untuk maju dalam berbagai bentuk, sebagai peneliti terhadap berbagai fenomena sesuai keahliannya. Dosen adalah juga nara sumber atau tempat bertanya bagi mahasiswanya. (Tampubolon, 2001:175)

Pemberdayaan sumber daya manusia juga terkait dengan masalah peningkatan kualitas tenaga kepen-

didikan/administrasi. Mutu layanan administrasi sangat terkait dengan kemampuan teknis tenaga administrasi, cepat dan tanggap dalam pelayanan administrasi, komunikasi yang efektif, keramahan dan ketulusan dalam memberikan layanan serta tanggung jawab kerja.

Sekali lagi, yang penting dalam peningkatan mutu layanan administrasi adalah prinsip dimana setiap orang yang terlibat didalamnya punya rasa menghargai diri sendiri, menghargai orang lain dan menghargai pekerjaan. Rasa menghargai diri sendiri akan dapat memunculkan sikap menghargai orang lain. Sekecil apapun tanggung jawab yang diberikan jika diemban dengan rasa bangga dan dilakukan dengan ikhlas akan memberikan hasil yang maksimal.

## 2. Peningkatan Sarana dan Prasarana.

Bagi pelanggan perguruan tinggi yaitu mahasiswa, sangat penting artinya ketersediaan sarana dan prasarana. Tak jarang calon mahasiswa memperhatikan fasilitas yang tersedia di sebuah perguruan tinggi pilihannya. Calon mahasiswa dapat melihat secara langsung sarana yang ada, bertanya kepada orang lain yang telah lebih dulu menjadi mahasiswa atau dengan cara melihat brosur atau leaflet yang memperlihatkan tampilan fisik dan keunggulan sarana & prasarana yang dimiliki.

Beberapa bagian yang tercakup dalam peningkatan sarana dan prasarana adalah meningkatkan mutu ruangan perkuliahan, laboratorium, perpustakaan, kebutuhan

media belajar, sarana ibadah, sarana parkir, transportasi serta sarana pendukung lainnya seperti toilet, kamar mandi dan tempat wudhuk. Yang tak kalah penting adalah kontinuitas dari pemeliharaan sarana dan prasarana. Kebersihan, kelengkapan serta kenyamanan sarana dan prasarana yang ada merupakan salah satu baik tidaknya jasa layanan yang diberikan.

3. Pengembangan Hubungan Eksternal  
Mengembangkan hubungan eksternal dengan perguruan tinggi lainnya bertujuan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang ada. Dalam menghadapi dunia kompetisi dalam dunia pendidikan perlu adanya pembandingan perguruan tinggi yang dikelola dengan perguruan tinggi yang dianggap sebagai standar atau *benchmark*. Dengan mengetahui kelebihan perguruan tinggi yang dijadikan *benchmark* dapat diketahui kelebihan atau kekurangan yang ada. Tujuannya adalah supaya perguruan tinggi yang kita kelola dapat berbenah diri atau bahkan melebihi perguruan tinggi lainnya. Sekali lagi hal ini bertujuan untuk mengusahakan keunggulan kompetitif dan saling melengkapi kekurangan masing-masing perguruan tinggi.

Mengembangkan hubungan eksternal dengan dunia usaha terkait dengan tujuan perguruan tinggi dalam menyiapkan lulusan yang bermutu dan siap pakai di dunia kerja. Perguruan tinggi sedini mungkin mengupayakan agar konsep *link and match* antara dunia kependidikan dan dunia kerja terjembatani sejak maha-

siswa menuntut ilmu di perguruan tinggi yang bersangkutan. Kerjasama dengan dunia usaha sangat penting dan biasanya berbentuk kegiatan magang atau praktek lapangan pada perusahaan/kantor, pelatihan-pelatihan dan penyaluran kerja bagi alumni berprestasi.

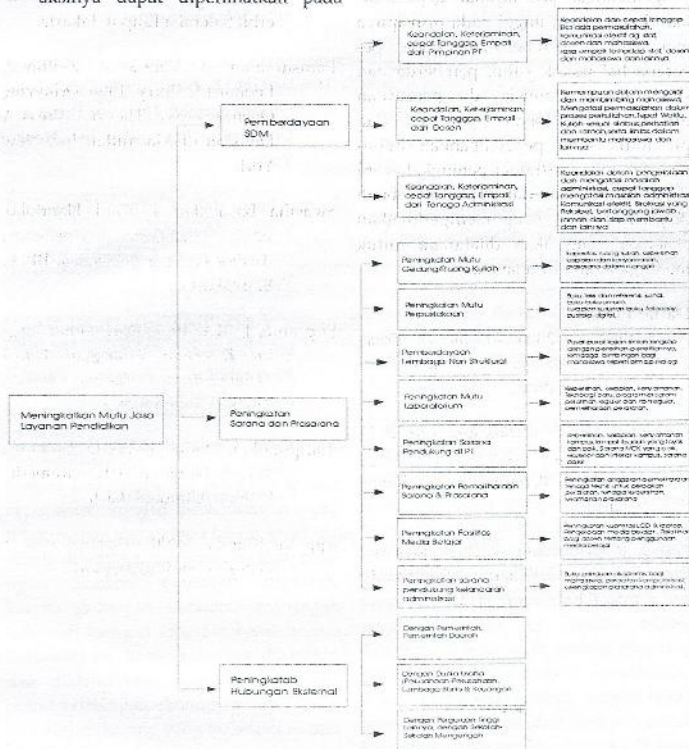
Mengembangkan hubungan eksternal dengan pemerintah merupakan suatu prioritas penting yang harus dilakukan. Pendidikan nasional adalah tanggung jawab pemerintah. Perguruan tinggi semestinya mendapat dukungan penuh dalam hal pengembangannya oleh pemerintah. Meski demikian seringkali pelaksanaannya tidak seindah yang diterapkan dalam undang-undang. Karena itulah perguruan tinggi mesti giat dalam hal mencari dukungan pemerintah untuk setiap kegiatan yang mereka lakukan. Hal ini dapat berarti dukungan dana, fasilitas ataupun moral dari pemerintah.

Pada dasarnya peningkatan mutu jasa layanan pendidikan di perguruan tinggi dapat berdasarkan kepada tingkat kepentingan dan pelaksanaan dari aspek mutu layanan. Jika aspek tersebut tingkat kepentingannya tinggi namun pelaksanaannya masih belum memuaskan maka aspek tersebut mendapat prioritas untuk di perbaiki atau ditingkatkan kinerjanya. Jika suatu aspek mutu layanan dinilai memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan pelaksanaannya juga sudah baik maka aspek tersebut mendapat prioritas untuk dipertahankan kinerjanya. Secara umum strategi peningkatan mutu layanan pendidikan



diperguruan tinggi berikut aksi-aksinya dapat diperlihatkan pada

diagram pohon berikut:



### Kesimpulan

Untuk merumuskan beberapa strategi layanan jasa kependidikan yang mendukung strategi pemasaran perguruan tinggi maka diawali dengan analisis tentang aspek-aspek penentu mutu layanan. Berdasarkan hasil analisis aspek-aspek penentu mutu layanan kependidikan, ditemukan bahwa ada lima aspek yang mempengaruhi mutu layanan kependidikan yaitu aspek tampilan fisik, keandalan layanan, keterjaminan laya-

nan, daya tanggap layanan dan empati dalam layanan. Beberapa atribut mutu layanan yang tingkat kepentingannya tinggi namun pelaksanaannya masih belum memuaskan merupakan aspek yang mendapat prioritas untuk diperbaiki. Akan halnya aspek yang tingkat kepentingannya tinggi dan pelaksanaannya juga memuaskan mendapat prioritas untuk dipertahankan kerjanya.

Dalam merumuskan sebuah strategi pengembangan jasa layanan kependidikan diperguruan tinggi pada prinsipnya menyangkut pembenahan pada beberapa hal pokok yaitu: pemberdayaan sumberdaya manusia di perguruan tinggi, peningkatan sarana dan prasarana serta pengembangan hubungan eksternal. Strategi peningkatan ini dapat dirumuskan dalam bentuk sebuah diagram pohon, yang memperlihatkan aksi-aksi yang akan dilakukan untuk meningkatkan mutu layanan.

#### Daftar Pustaka

- Alma Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Indrajit R Eko & R.Djokopranoto. 2006. *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Lerbin R. Aritonang R. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Parasuraman, A. Valerie A. Zeithmal, Leonard L. Berry. 1990. *Delivering Quality Service*, The Free Press A Division of Macmillan Inc, New York.
- Swastha Basu dan T. Tani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta.
- Supranto, J, MA. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Tampubolon, Daulat P. 2001. *Perguruan Tinggi Bermutu*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tjiptono Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi, Yogyakarta.