

# KAJIAN KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA

Oleh : Ali Akbar

Penulis adalah Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Kutai Kartanegara

## ***Abstract:***

*The main issue in improving the quality of higher education is increased competence, professionalism of educators and educational staff to achieve the vision and mission of university through educational qualification standards, increased competence and professionalism. So universities are required to improve the quality of education that is able to produce excellent graduates in integrating the sciences with the value of ketagwaan, based on the implementation of education in harmony with incentives good University Governance, integrated with personality coaching and academic network development, expected to improve the quality of managerial and university governance based on accountability, transparency and efficiency with the framework of improving the quality of education that contribute to the development of national education and the realization of a highly competitive nation. The university of Kutai Kartanegara administration process related to the students and the problems related to the administrative staff is study in this research.*

*This research is intended to answer the problem : first the level of student satisfaction to the university services in terms of services experienced with the expected service in accordance with the indicators of service quality. Secondly, a strategy to increase student satisfaction with University of Kutai Kartanegara services.*

***Keywords : Satisfaction, Service***

## **PENDAHULUAN**

Perguruan Tinggi sebagai agen perubahan (*Agent of Change*) sudah barang tentu memiliki peran yang sangat strategis dalam rangka membangun peradaban dan daya saing bangsa. Melalui Tri Dharma perguruan tinggi yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong merupakan salah satu institusi Perguruan Tinggi yang memiliki komitmen yang tinggi untuk menghasilkan pendidikan yang bermutu dan berdaya saing. Dengan Tri Dharma tersebut seluruh mahasiswa Unikarta dapat berkembang menjadi lulusan yang berkualitas dan memiliki kompetensi.

Hal ini terlihat dari keseriusan semua komponen penyelenggara atau pemangku kepentingan di Universitas Kutai Kartanegara, mulai

dari Yayasan, Rektorat, Fakultas, Lembaga, Dosen dan tenaga Non Akademik, alumni bahkan Bupati Kutai Kartanegara berkomitmen untuk melakukan perubahan dan perbaikan di semua lini demi kemajuan kampus unggul, sebutan Universitas Kutai Kartanegara untuk terus meningkatkan mutu pelayanan pendidikan. Sesuai Visi yang diemban Universitas Kutai Kartanegara (UNIKARTA) adalah mewujudkan Universitas Kutai Kartanegara yang unggul dalam Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat untuk menghasilkan lulusan yang bertaqwa kepada Tuhan yang Maha Esa, bermoral dan berwirausaha. Untuk menuju visi tersebut, maka misi yang diemban Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong adalah : 1. Menyelenggarakan Pendidikan, Penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang Unggul, Mandiri dan berdaya saing yang berbasis

kewirausahaan. 2. Membangun organisasi Unikarta yang mempunyai tata Kelola yang Baik (*Good University Governance*).

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, salah satu yang perlu mendapat perhatian adalah mempertimbangkan aspek kepuasan mahasiswa. Pentingnya perhatian khusus pada kepuasan mahasiswa juga dilandasi kesadaran Unikarta akan semakin ketatnya ancaman persaingan dengan perguruan tinggi yang membuka program sejenis.

Oleh karena itu, diperlukan informasi berupa survei pengukuran kepuasan mahasiswa dalam rangka pengembangan kualitas pelayanan yang terus menerus dan berkesinambungan.

Hasil survei pengukuran kepuasan mahasiswa dapat memberikan sumbangan pemikiran yang positif bagi Universitas Kutai Kartanegara dalam mewujudkan institusi yang kredibel dan dipercaya masyarakat.

Berdasarkan data pada tabel 1 sebagaimana dibawah, menunjukkan bahwa pertumbuhan mahasiswa baru mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, namun trend tersebut terlihat cenderung menurun pada time series tahun terakhir. Hal ini menjadikan pertanyaan mengapa demikian dan mengindikasikan bahwa masyarakat di Kutai Kartanegara apakah semakin puas dan percaya melanjutkan studi di Universitas Kutai Kartanegara atau sebaliknya.

Tabel 1 Perkembangan Jumlah Mahasiswa Baru UNIKARTA Per Tahun

Tahun	Fakultas/Pascasarjana									Jumlah
	FKIP	FISIP	FEKON	FAI	FAPERTA	FAHUM	FATEK S1	FATEK D3	MAP	
2007/2008	248	398	270	121	50	104	111	23	27	<b>1352</b>
2008/2009	273	288	274	172	60	103	138	39	31	<b>1378</b>
2009/2010	291	269	252	96	84	56	84	26	46	<b>1204</b>
2010/2011	286	193	204	78	80	47	80	11	0	<b>979</b>
2011/2012	212	128	155	100	86	40	96	13	38	<b>868</b>
2012/2013	266	130	189	75	62	63	85	31	56	<b>957</b>
2013/2014	310	176	252	90	122	84	66	8	168	<b>1276</b>
2014/2015	181	178	280	110	106	111	53	3	68	<b>1090</b>
2015/2016	113	118	209	96	95	70	25	0	-	<b>726</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2180</b>	<b>1878</b>	<b>2085</b>	<b>938</b>	<b>745</b>	<b>678</b>	<b>738</b>	<b>154</b>	<b>434</b>	<b>9830</b>

Sumber data: BAAK Universitas Kutai Kartanegara tahun 2016

Untuk menjawab pertanyaan tersebut maka peneliti mencoba melakukan survey berkaitan dengan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Universitas kutai Kartanegara. Diharapkan kajian ini dapat menemukan permasalahan dan kekurangan di Unikarta.

Kita akui juga bahwasanya diusia 32 tahun Unikarta saat ini, banyak kekurangan dan keterbatasan, baik sarana dan prasarana/infrastruktur pendidikan, sumberdaya manusia baik pendidik maupun karyawan non akademisi serta banyak hal lainnya. Untuk dapat mencapai visi

dan misi yang tersebut diatas, Universitas Kutai Kartanegara harus melakukan proses pelayanan yang baik kepada seluruh mahasiswa. Informasi tentang kepuasan mahasiswa harus senantiasa dikomunikasikan kepada seluruh pihak/pengguna jasa pendidikan di Universitas Kutai Kartanegara. Selanjutnya kepuasan mahasiswa digunakan sebagai umpan balik yang dapat dipantau dan diukur keberhasilannya. Langkah berikutnya, dapat digunakan sebagai suatu metode untuk tindakan korektif atau penyempurnaan dari jasa atau pelayanan untuk pendidikan yang lebih baik.

### Service Quality (kualitas pelayanan/jasa)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2007). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Berry dan Zenthaml yang dalam Lupiyoadi (2006: 181) berpendapat bahwa "Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman".

Dari beberapa definisi *Service Quality* diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang sebenarnya mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Pada dasarnya kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan

serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Pengertian tersebut berasal dari literature *service quality* yang mendefinisikan harapan sebagai keinginan dari para pelanggan ketimbang layanan yang mungkin diberikan penyedia jasa atau perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2007 : 561) terdapat lima determinan atau pengaruh dimensi *Service quality* terhadap harapan para pelanggan yang mereka terima, yakni : (1) *Tangibles*; (2) *Reliability*, (3) *Responsiveness*, (4) *Assurance* dan (5) *Empathy*. Lima dimensi yang membentuk *service quality* tersebut dapat dijabarkan secara singkat sebagai berikut :

- (1) *Tangibles* (penampilan fisik), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan;
- (2) *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dijanjikan dengan tepat dan terpercaya;
- (3) *Responsiveness* (tanggap), yaitu keinginan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin;
- (4) *Assurance* (kepastian), yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan untuk membutuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan dan
- (5) *Empathy* (perhatian), yaitu perhatian yang tulus yang diberikan kepada pelanggan.

### Kepuasan (*Satisfaction*)

Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Tjiptono, 2004:350). Ada beberapa definisi lainnya mengenai kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang

- dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177).
2. Menurut Day dalam Fandy Tjiptono (2005: 146) mengemukakan: Kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.
  3. Definisi Kepuasan pelanggan berdasarkan *Discornfirmation Paradigm* dalam Fandy Tjiptono (2000: 350): Kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan setelah pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Dari beberapa definisi tentang kepuasan pelanggan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap suatu produk dengan membandingkan kinerja yang mereka alami dengan suatu tingkat harapan sebagai acuan yang telah terdapat dalam benak atau pikiran mereka. Kepuasan pelanggan dapat menjadi dasar menuju terwujudnya konsumen yang loyal atau setia.

### **Konsep Kepuasan Mahasiswa**

Setelah mahasiswa mengikuti kuliah, mahasiswa akan merasakan tingkat kepuasan atau tingkat ketidakpuasan tertentu. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membuat perbandingan antara kenyataan yang ia rasakan dengan harapannya. Mahasiswa dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum yaitu: (1) Jika kinerja di bawah harapan, mahasiswa akan tidak puas, (2) kalau kinerja sesuai dengan harapan, mahasiswa akan puas., (3) apabila kinerja melampaui harapan, mahasiswa akan merasa sangat puas, senang, atau bahagia. Perasaan tidak puas, puas atau sangat puas ini akan mempengaruhi tindakan selanjutnya.

Mahasiswa yang merasa puas akan menyampaikan secara positif tentang jasa yang ia gunakan/konsumsi. Mahasiswa yang tidak puas akan bereaksi secara berlawanan. Mahasiswa yang tidak puas akan mengambil satu dari dua tindakan berikut ini :

- (1) mereka mungkin berusaha mengurangi ketidakpuasan tersebut dengan meninggalkan atau pindah ke program studi lain atau ke perguruan tinggi lain.
- (2) mereka mungkin berusaha mengurangi ketidakpuasan dengan mencari informasi yang dapat memperkuat nilai tinggi jasa tersebut (menghindari informasi yang mungkin memperkuat nilai rendahnya).

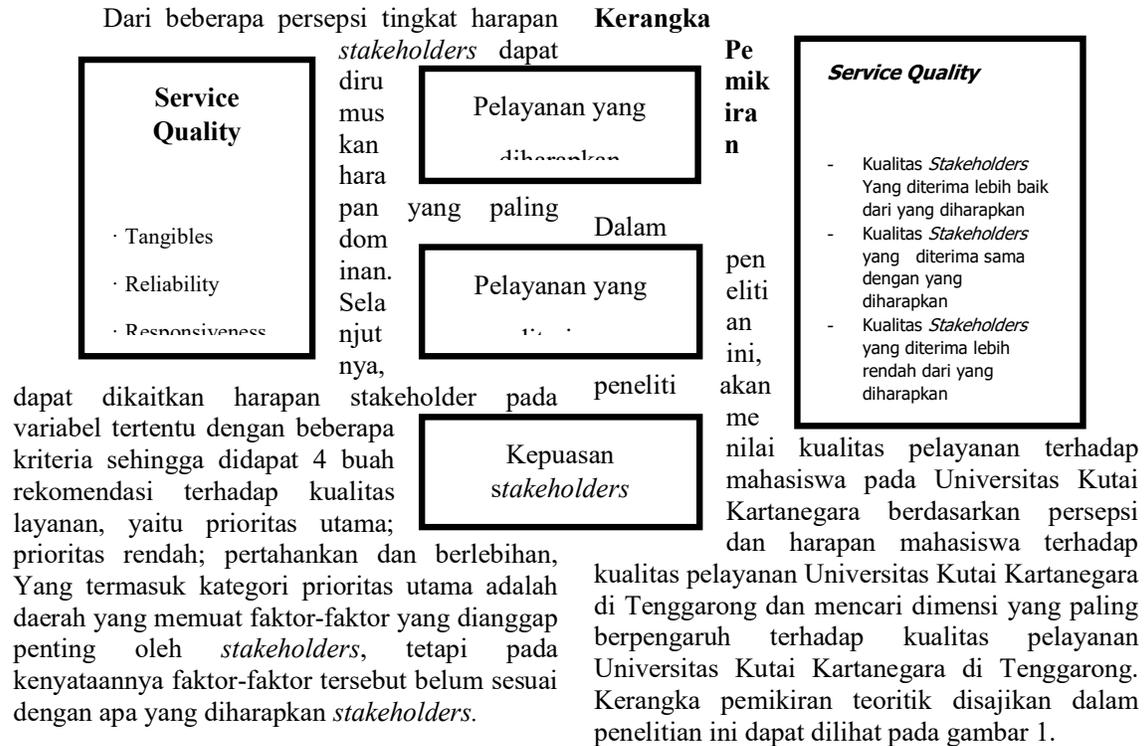
Pimpinan/manajemen dapat mengambil langkah untuk meminimalkan jumlah ketidakpuasan mahasiswa, misalnya dengan mengadakan komunikasi secara periodik. Komunikasi dengan para mahasiswa dapat dilakukan dengan menyediakan forum komunikasi yang baik bagi keluhan mahasiswa dan menangani keluhan tersebut dengan cepat.

Harapan mahasiswa dibentuk oleh: komentar teman dan kenalannya, serta informasi dan janji lembaga, dan pesaingnya. Apabila lembaga menaikkan harapan mahasiswa terlalu tinggi, mahasiswa mungkin akan kecewa jika lembaga gagal dalam memenuhinya. Di lain pihak jika lembaga menetapkan harapan mahasiswa terlalu rendah, maka lembaga tidak dapat menarik cukup banyak calon mahasiswa meskipun mahasiswa akan puas.

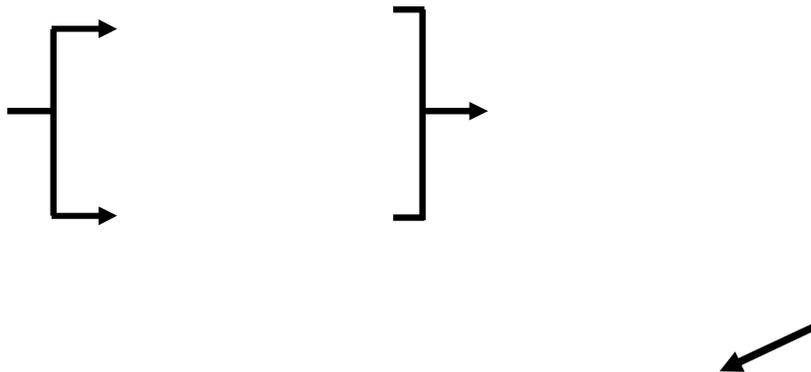
Tingkat kepuasan atau kesenangan yang tinggi akan menciptakan ikatan emosional yang tinggi. Lembaga perlu membentuk budayanya sedemikian rupa sehingga orang dalam lembaga bertujuan menyenangkan mahasiswa.

### **Analisis Kesenjangan atau Gap**

Analisis gap atau kesenjangan digunakan untuk mengukur kepuasan. Simamora (2007) menyatakan bahwa gap adalah kesenjangan antara *expected service* dengan *perceived service*. Kesenjangan merupakan ketidaksesuaian antara pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kesenjangan terjadi apabila stakeholder mempersepsikan apa yang diterima lebih tinggi atau lebih rendah daripada kepentingan stakeholder tersebut. Pada survei ini pengukuran gap difokuskan pada pengukuran kepuasan *stakeholders* yang dilakukan pengukuran pada tingkat harapan dan tingkat kepentingan.



**Gambar 1. Kerangka Pikir**



## Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

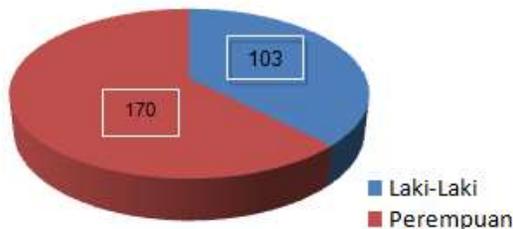
1. Terdapat perbedaan antara persepsi antara konsumen terhadap jasa pelayanan Universitas Kutai Kartanegara bila dilihat dari dimensi kualitas jasa: *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*
2. Dimensi *reliability* adalah dimensi yang paling membutuhkan penyempurnaan kualitas jasa pelayanan

## Analisis Indeks Kepuasan Mahasiswa

### Karakteristik Responden

Gambaran tingkat kepuasan dari mahasiswa tidak terlepas dari karakteristik responden. Karakteristik responden yang diikutsertakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, fakultas dan angkatan. Secara keseluruhan deskripsi dari karakteristik responden mahasiswa dapat dilihat pada Gambar berikut

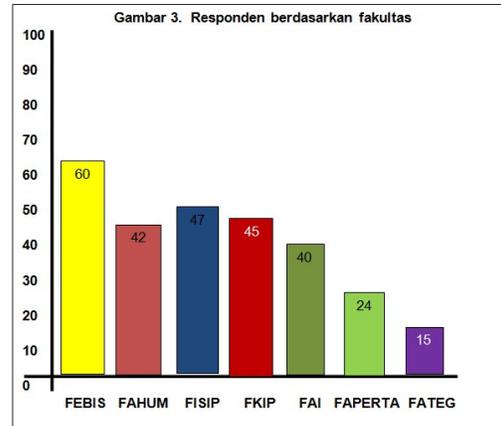
**Gambar 2.**  
**Responden berdasar jenis kelamin**



Gambar diatas menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebesar 170 orang atau 62,27 persen sedangkan

responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 103 orang atau 37,73 persen.

**Gambar 3.**  
**Responden Berdasarkan Fakultas**

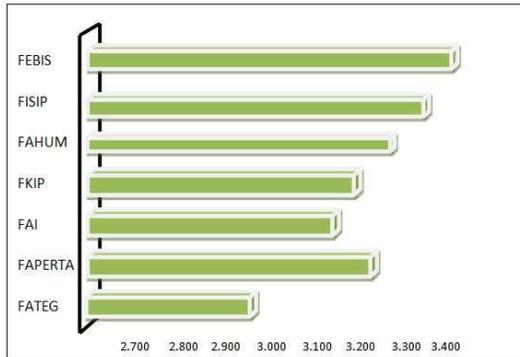


Gambar diatas menunjukkan bahwa gambaran karakteristik sudah sesuai dengan sampel yang direncanakan terutama dari aspek fakultas. Hal ini menunjukkan bahwa sampel sudah representatif, sehingga bisa dilakukan generalisasi. Selain itu partisipasi mahasiswa dalam merespon kuesioner sangat baik melihat tingkat pengembalian kuesioner mencapai 95 persen. Untuk responden terbesar adalah responden dari FEBIS terpilih 60 orang mahasiswa atau 22 persen sedangkan yang paling rendah atau sedikit yakni dari mahasiswa FATEGEO sebanyak 15 orang atau 5,5 persen.

## 2. Indeks Kepuasan mahasiswa

### a. Indeks Kepuasan Mahasiswa Total

**Gambar 4. Indeks Kepuasan Mahasiswa**



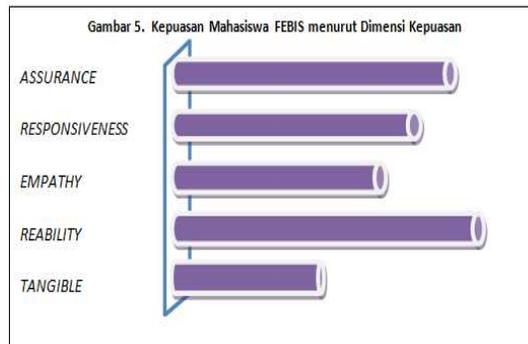
Pada gambar diatas disajikan Analisis indeks kepuasan mahasiswa secara keseluruhan. Indeks kepuasan total dibentuk dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles*. Kelima dimensi tersebut menggambarkan kepuasan dari *customer* dalam hal ini mahasiswa. Terlihat dari Gambar tersebut bahwa indeks kepuasan mahasiswa Universitas Kutai Kartanegara secara keseluruhan adalah sebesar 3.174 dan angka ini berada pada zona kepuasan cukup atau sedang. Tidak berbeda dengan indeks kepuasan di tingkat fakultas Universitas Kutai Kartanegara, berada pada zona kepuasan sedang. dari Gambar 4.4 juga terlihat bahwa indeks kepuasan mahasiswa dari fakultas FEBIS DAN FISIP relatif lebih tinggi dari fakultas lainnya. Sementara, indeks kepuasan mahasiswa teendah adalah dari mahasiswa FATEGEO, keadaan ini dimungkinkan banyak faktor seperti sarana prasarana masih terbatas, khususnya laboratorium dan lainnya. Selanjutnya Indeks kepuasan total tersebut perlu dikaji kontribusi masing-masing dimensi.

Indeks kepuasan total dibentuk dari kelima dimensi kualitas layanan. Analisis lebih rinci tentang indeks kepuasan mahasiswa menurut Dimensi kualitas pelayanan dan fakultas dapat dilihat pada Gambar dibawah. Ditinjau secara keseluruhan, indeks kepuasan berbagai dimensi di Universitas Kutai Kartanegara, terlihat bahwa hampir semua dimensi telah

mempunyai indeks kepuasan diatas 3,174. Ini berarti, kelima dimensi, yaitu *responsiveness*, *reability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles* berada pada zona kepuasan cukup. Hanya, pada dimensi *tangibles*, indeks kepuasan paling rendah jika dibandingkan dengan dimensi lainnya.

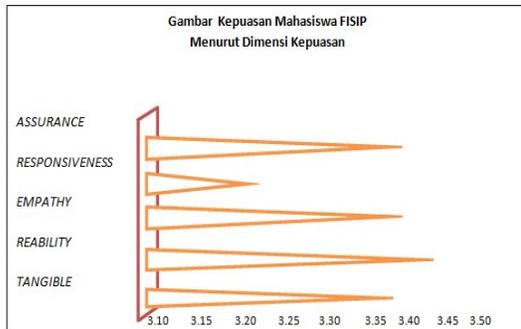
b. Indeks Kepuasan Mahasiswa Menurut Dimensi

**Gambar 5. Kepuasan Mahasiswa FEBIS menurut Dimensi Kepuasan**



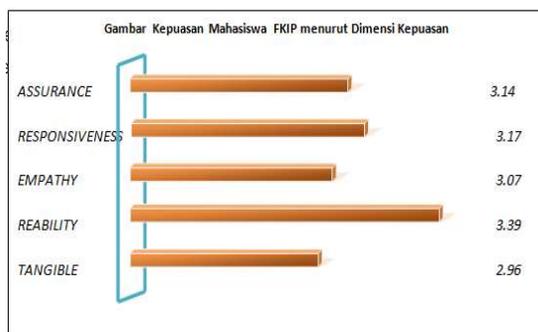
Pada Gambar 4.5 diatas, menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara adalah 3,13 ini berarti bahwa mahasiswa cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh Universitas. Dimensi *reability* dan *assurance* merupakan dimensi yang paling besar sedangkan *tangible* dan *emphaty* merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap Universitas Kutai Kartanegara. Sehingga perlu ditingkatkan khususnya dimensi *tangible* dan *emphaty*.

**Gambar 6. Kepuasan Mahasiswa FISIP Menurut Dimensi Kepuasan**



Pada Gambar diatas menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa Fakultas Ilmu sosial dan Politik universitas Kutai Kartanegara adalah 3,38 ini berarti bahwa mahasiswa sudah cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh Universitas. Dimensi reability dan assurance merupakan dimensi yang paling besar sedangkan responsiveness merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unikarta.

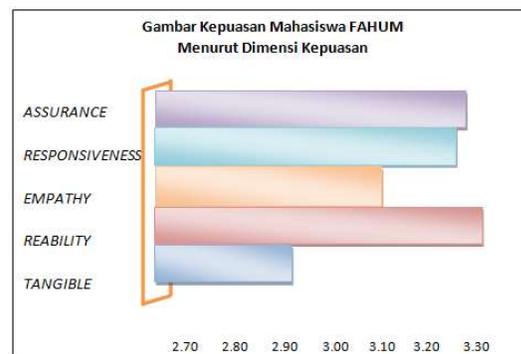
**Gambar 7. Kepuasan Mahasiswa FISIP Menurut Dimensi Kepuasan**



Gambar ini menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa Fakultas Keguruan dan

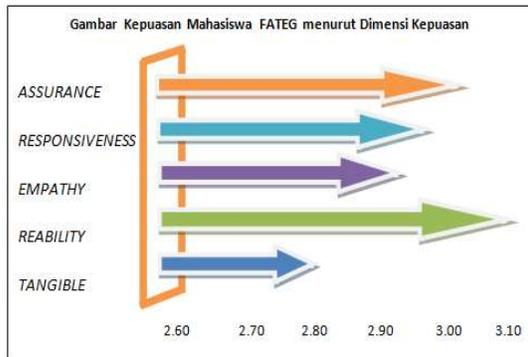
Ilmu Pendidikan Universitas Kutai Kartanegara (FKIP) baik jurusan Bahasa Inggris maupun Teknologi Pendidikan adalah 3,17 ini berarti bahwa mahasiswa cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi reability merupakan dimensi yang paling besar sedangkan tangible merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas, sehingga perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa.

**Gambar 8. Kepuasan Mahasiswa FAHUM Menurut Dimensi Kepuasan**



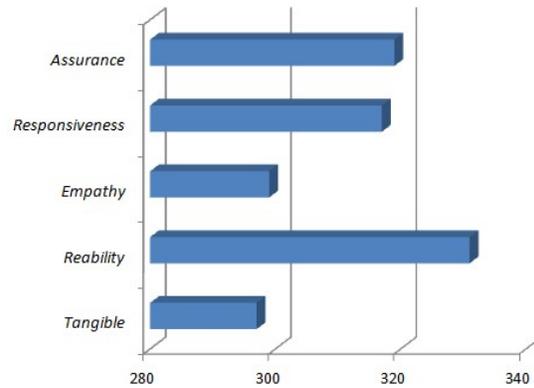
Gambar diatas menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Kutai Kartanegara adalah 3,25 ini berarti bahwa mahasiswa Fakultas FKIP cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh Fakultas ataupun universitas. Dimensi reability merupakan dimensi yang paling besar sedangkan tangible merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas tersebut.

**Gambar 9. Kepuasan Mahasiswa FATEG Menurut Dimensi Kepuasan**



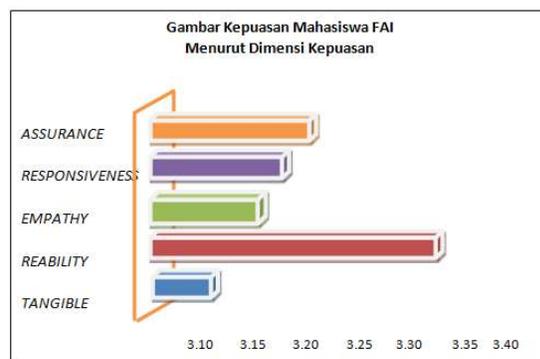
Gambar ini menunjukkan bahwa rata-rata kepuasan mahasiswa Fakultas Geologi dan Pertambangan Universitas Kutai Kartanegara 2,97 ini berarti bahwa mahasiswa cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi *reability* merupakan dimensi yang paling besar sedangkan *tangible* merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas Geologi dan Pertambangan. Hal ini dapat dimaklumi karena FATEGEO merupakan Fakultas yang akhir-akhir ini kurang diminati mahasiswa dan itu terbukti rendahnya jumlah mahasiswa yang mendaftar pada Fakultas tersebut dan juga anggapan bagi mahasiswa tentang sarana dan prasarana sangat terbatas termasuk dimensi *tangible*. Oleh karena itu untuk perlu meningkatkan dimensi-dimensi yang ada untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa.

**Gambar 10. Kepuasan Mahasiswa FAPERTA menurut Dimensi Kepuasan**



Pada Gambar 10 diatas, menunjukkan bahwa rata-rata kepuasan mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Kutai Kartanegara adalah 3,15 ini berarti bahwa mahasiswa cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh Universitas. Dimensi *reability* dan *assurance* merupakan dimensi yang paling besar sedangkan *tangible* dan *empaty* merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap Universitas Kutai Kartanegara. Sehingga perlu ditingkatkan khususnya dimensi *tangible* dan *empaty*.

**Gambar 11. Kepuasan Mahasiswa FAI menurut Dimensi Kepuasan**



Gambar menunjukkan bahwa rata-rata kepuasan mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Kutai Kartanegara adalah 3,16 ini berarti bahwa mahasiswa cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi *reability* merupakan dimensi yang

paling besar sedangkan *tangible* merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas, sehingga perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Indeks kepuasan total dibentuk dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles*. Kelima dimensi tersebut menggambarkan kepuasan dari *customer* dalam hal ini mahasiswa. Rata-rata indeks kepuasan mahasiswa Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong secara keseluruhan adalah sebesar 3.174 dan angka ini berada pada zona kepuasan cukup atau sedang.
2. Kelima dimensi untuk mengukur kepuasan mahasiswa yaitu *responsiveness*, *reability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles* berada pada zona kepuasan cukup. Hanya, pada dimensi *tangibles*, indeks kepuasan paling rendah jika dibandingkan dengan dimensi lainnya.
3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis rata-rata kepuasan mahasiswa adalah 3,13 ini berarti bahwa mahasiswa Fakultasn Bisnis cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh Fakultas maupun Universitas. Dimensi *reability* dan *assurance* merupakan dimensi yang paling besar sedangkan *tangible* dan *empathy* merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Ekonomi dan Bisnis Unikarta
4. Fakultas Ilmu sosial dan Politik menunjukkan bahwa indeks rata rata kepuasan mahasiswa adalah 3,38 ini berarti bahwa mahasiswa Fakultas tersebut cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi *reability* dan *assurance* merupakan dimensi yang paling besar sedangkan *responsiveness* merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas maupun Universitas.
5. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Kutai Kartanegara menun-

jukan bahwa indeks rata rata kepuasan mahasiswa adalah 3,17 ini berarti bahwa mahasiswa FKIP cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi *reability* merupakan dimensi yang paling besar sedangkan *tangible* merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan FKIP, oleh karena itu perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa

6. Fakultas Hukum Universitas Kutai Kartanegara menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa adalah 3,25 ini berarti bahwa mahasiswa Fakultas Hukum Unikarta cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi *reability* merupakan dimensi yang paling besar sedangkan *tangible* merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas tersebut
7. Fakultas Teknologi Geologi dan Pertambangan menunjukkan bahwa indeks rata rata kepuasan mahasiswa adalah 2,97 ini berarti bahwa mahasiswa cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi *reability* merupakan dimensi yang paling besar sedangkan *tangible* merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas bersangkutan. Demikian pula dengan fakultas Pertanian maupun Fakultas Agama Islam yang hampir serupa dan kesamaan dalam penjabaran hasil analisis pelayanan Fakultas maupun Universitas.

## Saran

Saran yang perlu mendapat perhatian berkaitan dengan peningkatan kepuasan mahasiswa ada beberapa saran yang diberikan yakni terutama pada dimensi *tangible*, dimana hampir disemua dimensi di semua Fakultas di lingkungan Universitas Kutai Kartanegara yang memiliki indeks terendah. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain :

1. Kenyamanan ruang kelas dan lingkungan Kampus
2. Fasilitas dan media perkuliahan ruang kelas
3. Ruang baca perpustakaan

4. Kelengkapan koleksi buku di perpustakaan
5. Fasilitas ruang laboratorium di fakultas
6. Area parkir di kampus
7. Keberadaan taman-taman dan *public space* di Fakultas
8. Kebersihan kantin
9. Kelengkapan Fasilitas olah raga
10. Fasilitas Ibadah (musholla)
11. Kondisi jalan di kampus
12. Kebersihan toilet-toilet
13. Penerangan jalan di lingkungan kampus pada malam hari
14. Fasilitas Anjungan komputer
15. Layanan internet di kampus
16. Keberadaan hot spot/ wifi
17. Kelengkapan buku panduan akademik
18. Fasilitas dan kenyamanan ruang tunggu pelayanan
19. Keberadaan fasilitas pendukung lainnya (LCD, Laptop, Komputer, OHP, dan lain lain)
20. Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan institut
21. Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan fakultas
22. Keberadaan Koperasi mahasiswa

#### DAFTAR PUSTAKA

**Berry, LL and Zenthaml dalam Lupiyoadi** (2006), *On great service : A framework for action* New York, NY The Free Press.

**Fandy Tjiptono**, (2007), “ *Prinsip – Prinsip Total Quality Service* ”, Andi Yogyakarta, Yogyakarta.

**Kotler, Philip. And Keller**, 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia* Jilid I. Jakarta: PT Prenhallindo.

**Kotler, Philip**. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia* Jilid I. Jakarta: PT Prenhallindo.

**Masri Singarimbun & Sofyan Effendi**. 1989. *Metode Penelitian Survei.*, Edisi Revisi. Jakarta: LP3S

**Simamora, Henry**. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bagian Penerbitan STIE YKPN, Yogyakarta.