

## STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN AKADEMIK PADA SEKOLAH TINGGI

**Solekhul Amin**

STAI Brebes  
Email: solekhulamin@yahoo.com

### **Abstract**

The success of an educational organization in achieving its intended purpose can not be separated from the service quality and management of price or cost to achieve one goal is to give satisfaction to the academic.. This study aims to analyze the influence of quality of service to academic satisfaction college student, the influence of price on students' academic satisfaction, and influence jointly between quality and price service on students' academic satisfaction. Techniques analysis of the results of studies using deksriptif, Based on this study suggested satisfaction of students' academic needs to be improved because there are still some students who are not satisfied with the service quality and price or cost they have paid. Positive effect that if the quality of service and better pricing management in then increasing students' academic satisfaction.

Kata Kunci: *Strategy, Quality, Service, dan Academic.*

### **Abstrak**

Keberhasilan sebuah organisasi pendidikan dalam mencapai tujuannya tidak terlepas dari kualitas pelayanan dan pengelolaan harga atau biaya untuk mencapai satu tujuan yaitu memberikan kepuasan kepada pihak akademis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan akademik mahasiswa, pengaruh harga terhadap kepuasan akademik siswa, dan pengaruh secara bersama antara kualitas dan harga terhadap kepuasan akademik siswa. Teknik analisis hasil penelitian menggunakan deksriptif, Berdasarkan penelitian ini disarankan agar kepuasan siswa akademik perlu ditingkatkan karena masih ada beberapa siswa yang tidak puas dengan kualitas pelayanan dan harga atau biaya yang telah mereka bayar. Efek positifnya yaitu jika kualitas pelayanan dan pengelolaan harga yang lebih baik semakin meningkatkan kepuasan akademik siswa.

Kata Kunci: *Strategi, Kualitas, Pelayanan, dan Akademik*

## A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini jasa pendidikan memegang peranan vital penting dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, akan tetapi minat dan perhatian pada aspek kualitas jasa pendidikan bisa dikatakan baru berkembang dalam satu dekade terakhir. Keberhasilan jasa pendidikan ditentukan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pengguna jasa pendidikan tersebut (peserta didik dan masyarakat).

Rencana pembangunan pendidikan jangka panjang 2005-2025 yang telah dijabarkan ke dalam empat tema pembangunan pendidikan, yaitu peningkatan kapasitas dan modernisasi (2005-2009), penguatan pelayanan (2010-2015), penguatan daya saing regional (2015-2020) dan penguatan daya saing internasional (2020-2025). Rencana pembangunan ini berimplikasi pada semua steckholder pendidikan sehingga dalam pembangunan pendidikan nasional bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan yang akan berdampak pada peningkatan kepuasan akademik setiap pengguna jasa pendidikan utamanya adalah peserta didik.

Peningkatan kualitas pendidikan tinggi merupakan suatu keharusan universal yang harus dijalankan oleh semua penyelenggara pendidikan tinggi, baik pendidikan tinggi yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun masyarakat. Kualitas pendidikan yang dicapai selama ini terasa kurang memberikan bekal kepada lulusan perguruan tinggi. Hal tersebut dapat dibuktikan dari lemahnya daya saing lulusan perguruan tinggi Indonesia di kancah Internasional.

Mahasiswa sebagai *stakeholder* utama perguruan tinggi sudah semestinya dapat memperoleh apa yang diinginkan. Agar mahasiswa memperoleh apa yang diharapkan, maka pihak sekolah tinggi harus dapat mensinergikan antara harapan mahasiswa dengan visi, misi dan tujuan organisasi. Sinergitas harapan mahasiswa dan kepentingan kampus akan tercapai apabila layanan akademik yang dilakukan dengan mengedepankan aspek kualitas, fasilitas memadai, dan manajemen yang profesional.

Sekolah tinggi sesuai dengan visi dan misinya merupakan institusi penggarap dan penghasil SDM unggul sebagai jembatan di dalam menghasilkan produk berkualitas untuk mampu berkompetisi di pasar global. Mahasiswa merupakan elemen vital dan sentral dalam suatu sekolah tinggi, dan rasanya sangat berkepentingan untuk memahami faktor-faktor yang menentukan kepuasan mahasiswa terhadap sekolah tingginya mengingat mahasiswa lebih memiliki idealisme dan sebagai *stakeholder* inti. Sekolah tinggi berkepentingan untuk memenuhi aneka dimensi kepuasan terutama mahasiswa demi terwujudnya output mahasiswa yang berkualitas agar dapat memberikan kontribusi terbaik dalam pengabdianannya bagi kepentingan masyarakat. Pengelola sekolah tinggi tak terkecuali perlu juga memiliki obsesi untuk membangun komitmen yang tinggi terhadap peningkatan kualitas sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh mahasiswa. Komitmen tersebut tenaga dibuktikan dengan pengajar atau dosen yang memenuhi kualifikasi, dan fasilitas pembelajaran yang memenuhi standar agar meningkatkan kualitas menjadi prasyarat utama untuk memberikan kepuasan kepada mahasiswa.

Di sebagian sekolah tinggi peran dosen memberikan kepuasan kepada mahasiswa selama dalam pembelajaran, sehingga biaya yang telah dikeluarkan oleh mahasiswa sepadan dengan

yang diperoleh. Sedangkan ketersediaan fasilitas pembelajaran juga mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap biaya yang telah dikeluarkan. Fasilitas pembelajaran di sekolah tinggi, seharusnya menggunakan fasilitas yang lebih baik dikarenakan mahasiswa merupakan sosok yang tumbuh sebagai pribadi dan memiliki kematangan konsep diri, bergerak dari ketergantungan seperti pada masa kanak-kanak. Kematangan diri adalah kematangan psikologis mahasiswa, sebagai pribadi yang mampu mengarahkan diri sendiri, mendorong timbulnya kebutuhan psikologis, yaitu keinginan dipandang dan diperlakukan orang lain sebagai pribadi yang mengarahkan dirinya sendiri, bukan diarahkan, dipaksa ataupun dimanipulasi oleh orang lain. Tingkat kematangan merupakan salah satu faktor yang mendorong mahasiswa memberikan persepsi terhadap sesuatu yang dapat mereka rasakan selama mereka menjadi mahasiswa. Ada mahasiswa yang cukup senang dengan keadaan yang dirasakan selama menjadi mahasiswa baik dari sisi proses pembelajaran, fasilitas kampus, lingkungan dan kehidupan kampus saat ini. Namun ada pula mahasiswa yang merasa kurang atau tidak puas terhadap proses pembelajaran, fasilitas kampus, lingkungan dan kehidupan kampus sehingga muncul ketidakpuasan dalam dirinya sebagai *stakeholder* inti.

Mahasiswa dalam hal ini dapat dikatakan sebagai pelanggan perguruan tinggi mempunyai karakteristik relatif kompleks dan beragam sehingga pelanggan tidak hanya tunggal (*single*) tetapi banyak pihak (*multiple*) dengan faktor atau kriteria kepuasan berbeda pula. Salah satu pelanggan di perguruan tinggi dalam hal ini mahasiswa lebih cocok diidentikkan dengan istilah stakeholder karena menunjukkan adanya banyak pihak pelanggan dengan faktor kepuasan yang berbeda pula antara satu dengan yang lain. Jenis stakeholder perguruan tinggi yang lain diantaranya adalah pemakai lulusan (*end user*), masyarakat (*social*), serta dosen dan karyawan (*employee*).

Mahasiswa adalah *stakeholder* inti karena pihak yang berkepentingan dan langsung dipengaruhi oleh pembelajaran dan manajemen pengelola perguruan tinggi. Pihak pemakai lulusan (*end user*) dan masyarakat (*social*) merupakan *stakeholder* yang berkepentingan terhadap hasil kontribusi nyata dari dosen dan karyawan, mahasiswa dan alumninya. Kontribusi penting yang dilakukan dosen dan karyawan adalah layanan pembelajaran, manajemen dan pemberian fasilitas perkuliahan yang memadai, keamanan yang terjamin dan adanya kehidupan serta lingkungan kampus yang nyaman bagi mahasiswa.

Kepuasan pengguna jasa pendidikan menjadi sangat penting bagi kemajuan sebuah institusi pendidikan, sebagaimana bagi sebuah perguruan tinggi maka kepuasan mahasiswa sebagai pengguna jasa utama menjadi tonggak bagi keberlangsungan suatu perguruan tinggi. Hal ini dikarenakan kepuasan mahasiswa akan berdampak pada loyalitasnya terhadap perguruan tinggi tersebut. Seorang pengguna jasa (mahasiswa) yang loyal akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi suatu perguruan tinggi, karena mahasiswa akan bersedia mempromosikan perguruan tinggi tersebut kepada orang lain, memberikan umpan balik positif terhadap institusi pendidikan, mengurangi pengaruh serangan dari para *competitor* institusi sejenis (*bergaining position*), serta meningkatkan citra positif dari institusi tersebut.

Harga sebagai sesuatu yang harus diberikan pengguna jasa untuk memperoleh sejumlah jasa dan pelayanan menjadi salah satu komponen dari pemasaran yang mempengaruhi pilihan pengguna jasa. Dalam beberapa kasus ditemukan bahwa pengguna jasa tidak segan-segan untuk mengeluarkan biaya (harga) yang cukup tinggi untuk memperoleh produk yang berkualitas. Penentuan produk jasa dapat dikaitkan dengan konsep *net value*, semakin besar manfaat yang dirasakan disbanding biaya yang dikeluarkan akan dinilai konsumen sebagai *positif value*.

Setiap mahasiswa menghendaki kepuasan maksimal dari setiap layanan yang terdapat di lingkungan kampus. Tentunya dengan kepuasan maksimal yang didapat mahasiswa akan dapat meningkatkan kesejahteraan bagi yang bersangkutan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Begitu juga dengan mahasiswa yang merupakan pelanggan dari Perguruan Tinggi. Mahasiswa akan merasa puas apabila harapan mereka dipenuhi dan senang apabila harapan mereka dilebihi. Kepuasan mahasiswa tersebut akan tercermin dari loyalitasnya kepada almamater dan tentunya akan menghasilkan output yang baik kepada almamaternya.

## **B. Perumusan**

Melihat latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan akademik di Sekolah Tinggi.

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan**

Dari permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini untuk mengalisis bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan akademik di Sekolah Tinggi.

### **2. Manfaat**

Secara teori hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pustaka yang dapat memperkaya, memperluas, dan memperdalam konsep maupun teori, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan akademik, biaya, dan kepuasan akademik mahasiswa di perguruan tinggi. Selain itu dapat digunakan sebagai bahan rujukan teoritis untuk penelitian sejenis dalam lingkup yang lebih luas dan mendalam.

## **D. Metodologi**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, dengan menjabarkan teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang dibahas kemudian di analisa sehingga menghasilkan pembasasan yang dapat menghasilkan solusi.

## **E. Kepuasan Akademik Mahasiswa**

Mengemukakan pengembangan konsep TQM/MMT di perguruan tinggi adalah untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Konsep tersebut memiliki tiga prinsip utama yang

dapat dipakai sebagai acuan dalam memanipulasi kinerja perguruan tinggi yang diinginkan. *Pertama*, adanya kebulatan tekad untuk meningkatkan kualitas jasa perguruan tinggi secara terus menerus dalam mempersiapkan mahasiswa menghadapi persaingan dalam dunia kerja. *Kedua*, perlu perbaikan dan peningkatan sistem pengajaran dan pelayanan secara terus menerus disertai efektif dan efisien. *Ketiga*, melaksanakan perubahan dalam perguruan tinggi dan mengikutsertakan setiap orangmasyarakat untuk berpartisipasi dalam perguruan tinggi.

Berangkat dari konsep kepuasan pelanggan, perguruan tinggi pada dasarnya adalah industri jasa yang memberikan layanan atau jasa kependidikan yang tujuannya untuk memberikan kepuasan pada pelanggannya (mahasiswa). Dewasa ini perguruan tinggi dihadapkan pada tuntutan akan mutu dan akuntabilitas atau jasa pendidikan yang diberikannya. Sehingga layanan mutu harus diberikan untuk memuaskan pelanggannya. .

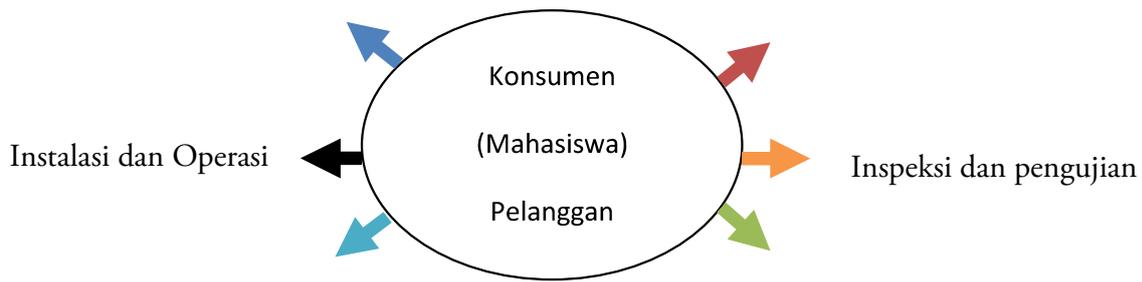
Pelayanan akademik yang berkualitas akan mengarah pada kepuasan akademik mahasiswa sebagai pelanggan primer. Kepuasan akademik mahasiswa akan menghasilkan banyak keuntungan antara lain kemampuan mahasiswa akan terjamin baik dan perguruan tinggi akan terkenal dan menjadi rebutan. Sebaliknya ketidakpuasan mahasiswa akan menimbulkan kerugian. Pendapat lain mengungkapkan kepuasan akademik mahasiswa akan layanan akademik yang diterimanya sesuai antara harapan dan kinerja layanan yang diterimanya.

#### **F. Konsep Dasar Kualitas Pelayanan**

Organisasi yang fokus pada konsumen adalah pilihan strategis bag dunia usaha dan industry agar mampu bertahan ditengah persaingan yang semakin berkembang sangat cepat. Salah satu cara yang bisa di tempuh adalah dengan melakukan peningkatan kualitas pelayanan.

Persoalan kualitas menjadiharga mati “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan maupun lembaga agar dapat bertahan ditengah ketatnya persaingan. Tuntutan akan kualitas dari konsumen pelayanan tidak bisa dielakkan oleh perusahaan. Begitu pula dalam sekolah tinggi tujuan akhir dari pelayanan akademik yang diberikan ialaha kepuasan mahasiswa. Mahasiswa mengharapkan pelayanan yang berkualitas dengan berbagai standar yang menjadi harapan. Sehingga kualitas pelayanan yang diberikan berawal dari harapan mahasiswa dan berakhir pada kepuasan mahasiswa.

Peran mahasiswa dalam sistem manajemen kualitas pelayanan sekolah tinggi dapat dilihat dalam gambar 1. lingkaran kualitas pada gambar tersebut menggambarkan bidang-bidang fungsional dan aktifitas yang terlihat dalam pendekatan sistem kualitas secara terpadu yang diterapkan dalam pendidikan.



Keterangan:

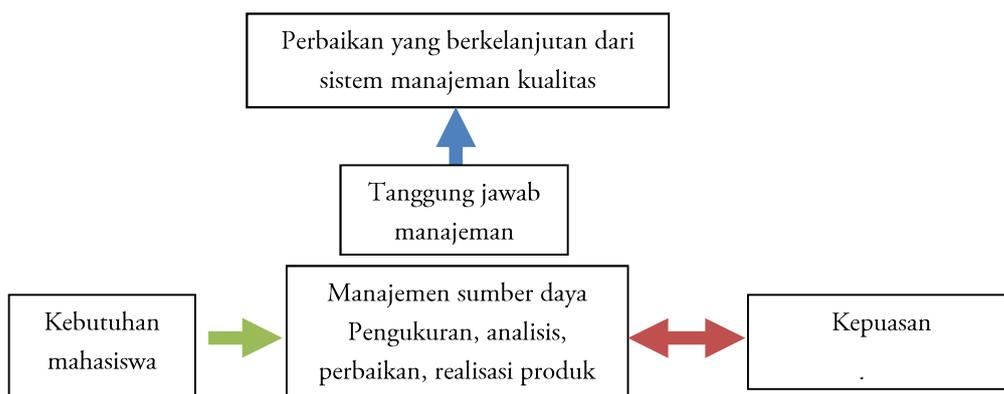
- ← : pemasaran dan penelitian dasar
- ← : bantuan teknis dan pemeliharaan
- ← : penjualan/distribusi
- ← : rancangan dan pengembangan mutu
- ← : perencanaan dan pengembangan proses
- ← : pengemasan jasa pendidikan

Gambar 1 Peranan Konsumen dalam Manejemen Kualitas yang diolah.

Kesadaran akan kualitas dimulai dari diidentifikasi persyaratan-persyaratan konsumen sampai dimulainya gagasan konsep produk atau pelayanan sampai masa purna beli. Kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan spesifikasi dari pelanggan.

Pendapat Lupiyoadi sejalan dengan Gasperzn, kualitas Pelayanan adalah sejauhmana pelayanan yang diterima konsumen sesuai dengan harapannya. Pendekatan kualitas pelayanan akan sangat tergantung pada pelaksanaan sistem manajemen kualitas.

Pada gambar 2 akan menggambarkan bahwa kualitas pelayanan akan sangat tergantung pada kebutuhan konsumen yang akan dipenuhi oleh pihak sekolah tinggi.



Gambar 2 Model Proses Manajemen Kualitas yang diolah

Kualitas pelayanan berdasarkan ISO 9000 adalah “*degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirement*” (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam

memenuhi persyaratan). Persyaratan dalam hal ini adalah “*need or expectation that is stated, generally implied or obligatory*” (kebutuhan atau harapan butuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib).

Lupiyoadi mengemukakan kualitas pelayanan dapat diukur dari lima dimensi sebagai berikut:

- a. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- b. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- e. *Empathy* atau empati, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Dimensi-dimensi kualitas yang dipaparkan oleh beberapa ahli menjadi sangat penting untuk diperhatikan untuk memuaskan pelanggannya. Seperti yang dikatakan oleh Sularso mengidentifikasi tujuh dimensi dasar dari kualitas yaitu:

a. Kinerja

Yaitu tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan.

b. Interaksi Pegawai

Yaitu seperti keramahan, sikap hormat, dan empati ditunjukkan oleh masyarakat yang memberikan jasa atau barang.

c. Reliabilitas

Yaitu konsistensi kinerja barang, jasa dan toko.

d. Daya Tahan

Yaitu rentan kehidupan produk dan kekuatan umum.

e. Ketepatan Waktu dan Kenyamanan

Yaitu seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat produk informasi atau jasa diberikan.

## f. Estetika

Yaitu lebih pada penampilan fisik barang atau toko dan daya tarik penyajian jasa.

## g. Kesadaran akan Merek

Yaitu dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak, yang mengenal merek atau nama toko atas evaluasi pelanggan.

Pendapat-pendapat di atas sejalan dengan pendapat Kotler yang mengatakan bahwa ada lima kriteria penentu kualitas jasa pelayanan yaitu Keandalan, Keresponsifan, Keyakinan, Empati, dan berwujud, kelima kriteria tersebut akan mempengaruhi tanggapan pelanggan berupa harapan dan kenyataan, yang pada akhirnya bermuara pada kepuasan pelanggan. Pelanggan perguruan tinggi ialah pihak yang dipengaruhi oleh produk perguruan tinggi dan proses-proses yang terjadi dalam produksi dan penyajian produk itu.

Lulusan perguruan tinggi adalah produk parsial. Jika merasa puas atas pelayanannya, maka jumlah pelanggan akan terus bertambah dan keuntungan dalam berbagai bentuk akan meningkat. Pertambahan itu mengimplikasikan bahwa para pelanggan menghayati dan menikmati pelayanan yang dihasilkan badan usaha jasa tersebut. Dengan kata lain kepelayanan yang terjadi pada suatu industri jasa mempengaruhi perasaan pelanggan secara positif. Sebaliknya, apabila pelayanan tidak memuaskan para pelanggan tentu kecewa dan tidak akan kembali lagi. Kebutuhan mahasiswa secara umum perlu dipahami terlebih dahulu. Menurut Tampubolon kebutuhan ialah segala sesuatu yang diperlukan manusia untuk kehidupannya. Apabila dihubungkan dengan pendapat Maslow dipandang dari sudut pendidikan, kebutuhan mahasiswa adalah terkait dengan *the self actualization needs*.

Berdasarkan kajian teori seperti dikemukakan di atas yang dimaksud kualitas pelayanan dalam penelitian adalah pelayanan yang memenuhi syarat agar sebuah pelayanan memungkinkan untuk menimbulkan kepuasan pelanggan. Adapun indikator dalam penelitian adalah bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*)

## G. Kualitas Pelayanan Akademik

Sekolah tinggi merupakan industri yang berinteraksi langsung antara penyedia jasa dan pemakai jasa, hal ini disampaikan oleh Anastasia. Ada lima derajat yang menentukan kualitas sekolah tinggi berdasarkan derajat kepentingan relatifnya dimata pelanggan, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Pelayanan akademik merupakan layanan kependidikan yang berkaitan langsung kepada pelanggan primer (mahasiswa) dari sekolah tinggi yang meliputi kurikulum, silabus umum, rancangan mutu perkuliahan, satuan materi sajian, penyajian materi, evaluasi, praktikum, dan pembimbingan. Dikatakan demikian karena sekolah tinggi diibaratkan industri yang jasanya mempunyai produk kependidikan yang terdiri dari jasa akademik, jasa penelitian, jasa pengabdian pada masyarakat, jasa administrasi, dan jasa ekstrakurikuler.

Kualitas pelayanan akademik adalah hal yang sangat penting dalam lembaga pendidikan.

Pelayanan akademik dikatakan berkualitas/bermutu apabila sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan pelanggannya.

Senada dengan yang disampaikan Lupiyoadi kualitas pelayanan akademik adalah nilai yang diberikan oleh pelanggan sejauhmana layanan akademik. Pelanggan dalam hal ini mahasiswa yang akan mengatakan pelayanan akademik berkualitas apabila sesuai dengan spesifikasi mereka.

## H. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Akademik di Sekolah Tinggi

Pelayanan akademik merupakan salah satu komponen yang harus terpenuhi dalam pendidikan. Pelayanan memiliki yang harus terpenuhi, beberapa indikatornya meliputi (1) Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dosen/karyawan, dan sarana komunikasi. (2) Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. (3) Daya tanggap (*responsivess*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. (4) Jaminan (*assurance*) mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguraguan. (5) Empati (*emphaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Dari beberapa indikator diatas akan memberikan kepuasan kepada mahasiswa apabila telah tercapai semuanya, dengan diberikan pelayanan yang berkualitas yang ditandai dengan kenyamanan mahasiswa dalam menerima pelayanan akademik yang diberikan oleh perguruan tinggi dan biaya perkuliahan yang diimpelmentaasikan kedalam nilai (manfaat) yang sesuai dengan harapan pelanggan dalam hal ini mahasiswa.

Dari uraian diatas maka dapat kita ambil kesimpulan strategi yang dapat dilakukan untuk meningkat kualitas layanan akademik pada sekolah tinggi adalah ketersediaan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan akademik mahasiswa. Dapat dilihat dalam gambar 3 sebagai berikut:

## Kesimpulan

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi yang paling tepat dalam meningkatkan kualitas pelayanan akademik pada sekolah tinggi adalah dengan meningkat variabel yang ada pada kualitas pelayanan yaitu Bukti langsung (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsivess*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*) **dengan dibuktikan dengan** ketersediaan yang ada dilapangan diantaranya kesesuaian kurikulum antara harapan dan kenyataan, kesesuaian sarana prasarana perkuliahan antara harapan dan kenyataan, kesesuaian pelaksanaan perkuliahan antara harapan dan kenyataan, kesesuaian pebimbingan akademik antara harapan dan kenyataan.

## I. Rekomendasi

1. Diharapkan ada peningkatan pelayanan akademik, perbaikan jadwal perkuliahan dan

perhatian terhadap kebutuhan dan kesulitan mahasiswa serta materi perkuliahan.

2. Berusaha memberikan nilai atau manfaat yang sesuai dengan biaya atau harga yang telah dikeluarkan oleh mahasiswa melalui memberikan kualitas perkuliahan yang baik, menumbuhkan rasa percaya diri dengan kampus dan memberikan kepuasan kepada mahasiswa atas apa yang telah mereka bayar.

## Bibliografi

- Anastasia D dan Ciptono, 2001, TQM. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gasperz, Vincent, 2002, Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total, Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip dan Susanto, A.B, 2000, Manajemen Pemasaran di Indonesi, Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, edisi pertama, Jakarta, Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*, International Inc. New Jersey, Mico.
- Lupiyoadi, Rambat, 2006, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Salemba Empat.
- Miyono, Narimo . 2005, *Analisis Kepuasan dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Pelanggan pada Tingkat Sekolah Dasar Swasta Islam di Kota Semarang*, Jurnal Ilmiah Aset, Vol. 7 No. 1
- Rothery, Brian, 1993, ISO 9000, New York: Grower Press.
- Sallis, Edward, 2006, Total Quality Management in Education (terjemahan Ahmad), Yogyakarta: Ircisod.
- Sularso, 1997, Pembelajaran Memasuki Era Kesenjangan, Jakarta: PT. Sinar Agape Press.
- Tampubolon, 2001, Perguruan Tinggi Bermutu Paradigma Baru dan Manajemen Pendidikan Tinggi Menghadapi Tantangan Abad ke-21, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tilaar HAR (1994). *Manajemen Pendidikan Nasional*. Bandung; PT Remaja Rosda Karya.
- Wadwa, Raja. 2006. *School Organization*. Journal of Education . Vol.72