

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN MAHASISWA

Diana Rahmawati

*Universitas Negeri Yogyakarta
rahmawatidiana_fedny3@yahoo.com*

Abstrak: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini bersifat eksploratif dengan subjek mahasiswa program kelas internasional Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi UNY. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan analisis data menggunakan analisis deskriptif. Penelitian ini menemukan bahwa seluruh indikator dari faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa berada dalam satu kategori tingkat kepuasan yaitu dalam kategori puas. Begitu pula dengan faktor-faktor yang berkaitan dengan pelayanan yang meliputi pelayanan akademik dosen dan pelayanan akademik pegawai administrasi, tingkat kepuasannya berada dalam kategori puas. Faktor yang berkaitan dengan profesionalisme dosen, kemudahan serta kenyamanan meliputi indikator profesionalisme dosen, kemudahan akses terhadap informasi akademik dan kenyamanan mahasiswa dalam proses pembelajaran, tingkat kepuasannya juga berada dalam kategori puas. Berdasarkan ranking kepuasan diperoleh hasil bahwa indikator yang paling dominan mempengaruhi kepuasan adalah indikator profesionalisme dosen.

Kata Kunci: Faktor-faktor kepuasan, Kepuasan mahasiswa

Abstract: Analysis of Factors Affecting Students' Satisfaction. This study aims to determine the level of students' satisfaction and the factors influencing it. This research is exploratory research with the subject of international class students of Department of Accounting Education Faculty of Economics UNY. The data was collected using a questionnaire and analyzed using descriptive. This study finds that all indicators of the factors influencing the level of satisfaction of students are in one category, namely 'satisfied'. The level of satisfaction towards factors relating to the services which includes lecturers' and administrative staffs' academic services is in satisfied category. The level of satisfaction in factors related to lecturers' professionalism, ease of access to academic information and convenience of the students in the learning process is also 'satisfied'. Based on the results, the most dominant indicator influencing satisfaction is lecturers' professionalism.

Keywords: satisfaction factors, students' satisfaction

PENDAHULUAN

Keberlangsungan suatu perusahaan baik perusahaan manufaktur, dagang maupun jasa tidak akan terlepas dari peran dan keberadaan pelanggan yang mereka miliki. Pelanggan atau konsumen merupakan pihak eksternal yang menentukan keberhasilan

suatu usaha. Perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dari pelanggan untuk memperoleh keuntungan/laba. Segala sesuatu yang berkaitan dengan pelanggan harus diperhatikan oleh perusahaan. Salah satu faktor penting yang perlu mendapatkan perhatian yang berkaitan dengan pelanggan

adalah kepuasan pelanggan itu sendiri. Kepuasan oleh Kotler (1997: 36) dimaknai sebagai perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh pelanggan terhadap perbandingan dari suatu produk antara yang diharapkan dengan hasil yang diperoleh dari produk tersebut. Perusahaan dapat melakukan berbagai cara untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Salah satu hal yang dapat dilaksanakan adalah mempelajari dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya, perusahaan dapat melakukan tindakan-tindakan perbaikan dan pelayanan agar pelanggan terpuaskan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan oleh Hanan and Karp (1991) dibedakan menjadi delapan atribut pembentuk *customer satisfaction* yang dikenal "The Big Eight" yang terdiri dari: *Value to Price Relationship, Product Quality, Product Features, Reliability, Warranty, Response to and Remedy of Problems, Sales experience* dan *Convenience of Acquisition*. Faktor-faktor tersebut dapat dikategorikan ke dalam tiga kategori yaitu faktor-faktor yang berkaitan dengan produk (kualitas produk, hubungan antara nilai produk dengan harga, bentuk produk dan keandalan produk yang sesuai keinginan pelanggan), faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan (meliputi: jaminan dan respon serta cara pemecahan masalah) dan faktor-faktor yang berhubungan dengan pengalaman penjualan (meliputi pengalaman karyawan dan kemudahan serta kenyamanan).

Program kelas pendidikan akuntansi internasional merupakan program yang relatif

baru di jurusan pendidikan akuntansi. Program kelas internasional yang masuk dalam program studi pendidikan akuntansi didirikan tahun 2009 sehingga baru tiga tahun berjalan. Mahasiswa program kelas internasional terdiri dari tiga angkatan yaitu angkatan 2009, 2010 dan angkatan 2011. Sebagai program yang baru, sangat diperlukan perbaikan, evaluasi dan peningkatan pelayanan baik secara fisik maupun pelayanan non fisik. Fasilitas, sarana prasarana dan kelengkapan-kelengkapan akademik lainnya juga masih membutuhkan perbaikan. Salah satu umpan balik yang dibutuhkan oleh pengelola program adalah tingkat kepuasan mahasiswa terhadap penyelenggaraan program tersebut. Dengan mengetahui tingkat kepuasan mahasiswanya, pengelola program dapat membuat kebijakan-kebijakan, tindakan-tindakan dan sarana serta fasilitas pendukung yang dapat meningkatkan penyelenggaraan program kelas internasional tersebut di masa mendatang.

Mahasiswa adalah konsumen/pelanggan dari suatu lembaga pendidikan tinggi (universitas) sehingga konsep kepuasan mahasiswa dapat disamakan dengan kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, sedangkan Wilkie mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa (Tjiptono,1997). Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan/menikmati sesuatu. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan mahasiswa merupakan

perbedaan antara yang diharapkan mahasiswa (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perguruan tinggi di dalam usaha memenuhi harapan mahasiswa. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa berdasarkan pada uraian di atas yang telah disesuaikan dengan konteks penelitian ini yaitu faktor-faktor yang berhubungan dengan produk universitas (kualitas, jenis, kesesuaian biaya pendidikan dengan fasilitas yang ditawarkan, serta pemenuhan kebutuhan/hak mahasiswa), pelayanan yang diberikan oleh pihak lembaga baik pelayanan dari dosen maupun pegawai administrasi berkaitan dengan jaminan dan respon terhadap pemecahan masalah yang dihadapi mahasiswa khususnya yang berkaitan dengan akademik, dan faktor-faktor yang berkaitan dengan profesionalisme dosen dan kemudahan serta kenyamanan mahasiswa dalam mengikuti proses pembelajaran.

Penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk memperoleh umpan balik dari mahasiswa khususnya mahasiswa kelas internasional berkaitan dengan penyelenggaraan program kelas internasional. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan, penentuan program dan penyediaan fasilitas dan sarana prasarana pendukung lainnya demi peningkatan penyelenggaraan di masa mendatang. Di samping itu penelitian ini sejalan dengan komitmen Fakultas Ekonomi untuk mengelola program kelas internasional secara serius dan konsisten demi mendukung program universitas menjadi *word class university*. Berdasarkan latar belakang masalah, penelitian ini bertujuan

untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa dan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan.

Kepuasan oleh Kotler (1997: 36) dimaknai sebagai perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh pelanggan terhadap perbandingan dari suatu produk antara yang diharapkan dengan hasil yang diperoleh dari produk tersebut. Menurut Wilkie (dalam Tjiptono, 1997) kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa, sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan/menikmati sesuatu. Menurut Tjiptono (1997: 24) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan. Sejalan dengan hal tersebut, Mowen (1995) mendefinisikan Kepuasan Konsumen sebagai berikut: "*Consumer Satisfaction is defined as the overall attitude regarding a good or service after its acquisition and use.*" Definisi dari kepuasan konsumen di sini adalah keseluruhan sikap yang timbul setelah membeli atau menggunakan sebuah produk atau jasa.

Berdasarkan definisi di atas maka kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan baik itu perasaan senang maupun kecewa yang dimiliki pelanggan setelah membandingkan antara harapan dengan hasil yang diperoleh setelah menggunakan suatu produk/jasa. Dalam konteks penelitian ini kepuasan mahasiswa dapat dimaknai sebagai tingkat perasaan yang dimiliki mahasiswa mengenai

perbedaan antara yang diharapkan mahasiswa (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perguruan tinggi di dalam usaha memenuhi harapan mahasiswa.

Terdapat beberapa pendapat mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hannah & Karp (1991) berpendapat bahwa untuk menciptakan kepuasan pelanggan suatu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen yang dianggap paling penting yang disebut "*The Big Eight factors*". Secara umum faktor-faktor tersebut dibagi menjadi tiga kategori. Pertama, faktor-faktor yang berhubungan dengan produk, seperti kualitas produk, hubungan antara nilai sampai pada harga, bentuk produk, dan keandalan.

Kedua, faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan, seperti jaminan dan respon dan cara pemecahan masalah. Ketiga, faktor-faktor yang berhubungan dengan pengalaman penjualan, seperti pengalaman karyawan, serta kemudahan dan kenyamanan.

Berdasarkan pendapat di atas, Musanto (2004) kemudian mengadopsi faktor-faktor tersebut menjadi empat faktor yaitu *reliability*, *response to and remedy of problems*, *sales experience*, dan *convenience of acquisition*. *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan. *Response to and remedy of problems* (respon dan cara pemecahan masalah) merupakan sikap dari karyawan dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi oleh pelanggan. *Sales experience* (pengalaman karyawan) merupakan semua hubungan antara pelang-

gan dengan karyawan khususnya dalam hal komunikasi yang berhubungan dengan pelanggan yaitu membantu memberikan pendapat dan saran kepada pelanggan. *Convenience of acquisition* (kemudahan dan kenyamanan) merupakan segala kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.

Terkait dengan pelayanan, Harun (2006) berpendapat bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan meliputi tiga hal yaitu: ketepatan janji (komitmen), kedekatan dengan tempat pelanggan dan kemampuan untuk membantu pelanggan. Sedangkan menurut Yuliarmi & Riyasa (2007) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan jika dikaitkan dengan pelayanan ada lima faktor yaitu: faktor keandalan (*reliability*), faktor ketanggapan (*responsiveness*), faktor keyakinan (*assurance*), faktor empati (*empathy*), dan faktor berwujud (*tangible*). Dalam konteks teori pemasaran Widhianto (2007) menyusun tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ketiga faktor tersebut adalah harga, fasilitas dan pelayanan.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari sudut pandang kebutuhan pelanggan, sudut pandang pelayanan dan sudut pandang teori pemasaran. Masing-masing sudut pandang memiliki argumen dan penjelasan logis sendiri-sendiri. Dalam Konteks penelitian ini agar lebih komprehensif dan berdasarkan kajian teori di atas, penelitian ini mengacu pada pendapat Hanan & Karp (1991) yang

meneliti kepuasan pelanggan berdasarkan kebutuhan pelanggan itu sendiri yaitu meliputi faktor-faktor yang berhubungan dengan produk, faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan dan faktor-faktor yang berhubungan dengan pengalaman penjualan. Ketiga faktor tersebut tentu saja akan disesuaikan dalam konteks penelitian ini yaitu kepuasan mahasiswa terhadap penyelenggaraan program kelas internasional. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa berdasarkan pada uraian diatas yang telah disesuaikan dengan konteks penelitian ini yaitu faktor-faktor yang berhubungan dengan produk universitas (kurikulum, kesesuaian biaya pendidikan dengan fasilitas yang ditawarkan, serta pemenuhan kebutuhan/hak mahasiswa), faktor-faktor yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak lembaga baik pelayanan dari dosen maupun pegawai administrasi berkaitan dengan jaminan dan respon terhadap pemecahan masalah yang dihadapi mahasiswa khususnya yang berkaitan dengan akademik, dan faktor-faktor yang berkaitan dengan profesionalisme dosen dan kemudahan serta kenyamanan mahasiswa dalam mengikuti proses pembelajaran.

Dalam kaitannya dengan pengukuran kepuasan pelanggan, Kotler yang dikutip Tjiptono (1997:148) terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan. Pertama, sistem keluhan dan saran, artinya setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan me-

liputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon.

Kedua, survei kepuasan pelanggan, artinya kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Ketiga, *ghost shopping*, artinya metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*Ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *Ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Keempat, *Lost customer analysis*, artinya perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

Salah satu cara untuk mengukur sikap pelanggan ialah dengan menggunakan kuesioner. Perusahaan harus mendesain kuesioner kepuasan pelanggan yang secara akurat dapat memperkirakan persepsi pelanggan tentang mutu barang atau jasa. Penggunaan kuesioner kepuasan pelanggan harus benar-benar dapat mengukur dengan tepat persepsi dan sikap pelanggan. Penelitian ini juga menggunakan angket/kuesioner

untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa.

METODE

Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang terdaftar pada Program Kelas Internasional Jurusan Pendidikan Akuntansi yang terdaftar pada semester genap 2011/2012 berjumlah 64 Mahasiswa. Penelitian ini menggunakan desain survey dengan kuesioner. Responden diminta untuk memberikan respon/tanggapan mengenai derajat kepuasan mahasiswa berkaitan dengan produk universitas, pelayanan baik pelayanan dari dosen maupun tenaga administrasi, profesionalisme dosen dan kemudahan serta kenyamanan mahasiswa dalam mengikuti proses pembelajaran.

Instrumen untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah angket. Butir-butir pertanyaan dalam instrument penelitian ini disusun berdasarkan indikator faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa seperti yang telah di dikemukakan dalam kajian teori di atas. Berikut ini merupakan deskripsi operasional kepuasan mahasiswa dan faktor-faktor kepuasan mahasiswa.

Yang dimaksud kepuasan mahasiswa dalam penelitian ini adalah tingkat perasaan yang dimiliki mahasiswa mengenai perbedaan antara yang diharapkan mahasiswa (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perguruan tinggi di dalam usaha memenuhi harapan mahasiswa. Kepuasan mahasiswa diukur dari faktor-faktor penentu dari kepuasan itu sendiri yaitu derajat kepuasan mahasiswa terhadap baik produk, pelayanan dan profesionalisme dosen serta kemuda-

han dan kenyamanan dalam proses pembelajaran.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Penyusunan kuesioner didasarkan pada indicator dari faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Uji coba instrumen dilaksanakan dengan pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas instrumen dengan menggunakan korelasi *product moment* dari *Pearson* (Arikunto, 2010: 213). Berdasarkan hasil ujicoba instrument diperoleh hasil bahwa terdapat 7 butir pernyataan tidak valid dari 63 butir. Butir yang gugur tersebut selanjutnya tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pengujian reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach Alpha. Pengambilan keputusan berdasarkan pada jika koefisien/nilai Cronbach Alpha kurang dari 0,6 maka pernyataan tersebut tidak reliabel (Ghozali, 2001). Berdasarkan hasil ujicoba instrumen diperoleh hasil nilai cronbach Alpha sebesar 0,912 lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 1. Kategori Tingkat Kepuasan

No	Kategori	Rentang
1	Sangat puas	$> Mi + (1,5 \times SDi)$
2	Puas	$Mi \text{ sampai } Mi + (1,5 \times SDi)$
3	Tidak puas	$Mi - (1,5 \times SDi) \text{ sampai } Mi$
4	Sangat tidak puas	$< Mi - (1,5 \times SDi)$

Penelitian ini bersifat eksploratif sehingga analisis datanya menggunakan metode deskriptif. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan kategori data yang dihasilkan yang dikelompokkan ke dalam 4 katego-

ri. Kategori yang digunakan seperti terlihat pada Tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator jenis produk lembaga berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap jenis produk lembaga sebanyak 72 mahasiswa atau 82,76%. Adapun tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator jenis produk lembaga sebesar 69,22%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasannya terkait kurikulum, proses pembelajaran, kualifikasi dosen, sarana dan prasarana, pengembangan bakat dan minat mahasiswa, kebutuhan dan ketersempitan lulusan, penilaian hasil belajar serta kerjasama lembaga sebesar 69,22%. Tingkat kepuasan mahasiswa yang belum mencapai optimal tersebut mengindikasikan perlunya upaya-upaya untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa program kelas internasional mengingat jenis produk universitas merupakan produk yang ditawarkan universitas kepada konsumennya (mahasiswa). Produk dari suatu organisasi hendaknya dapat memenuhi keinginan/ kebutuhan konsumennya agar tidak terjadi kesenjangan/gap antara harapan dengan kenyataan/ kondisi yang diberikan. Upaya yang dapat dilaksanakan untuk mengoptimalkan kepuasan adalah dilakukannya revisi kurikulum secara kontinyu yang berfokus pada kesesuaian antara kompetensi lulusan dengan kebutuhan pasar dan perkembangan ilmu. Peningkatan proses pembelajaran, kualifikasi dosen, sarana dan prasarana, serta peningkatan bakat dan minat mahasiswa. Penilaian hasil belajar

mahasiswa juga harus memenuhi kriteria penilaian yang berlaku dan dapat mendorong mahasiswa untuk selalu mengadakan perbaikan terhadap hasil belajarnya. Berdasarkan jawaban responden, butir pertanyaan yang terkait dengan kerjasama lembaga baik dengan institusi dalam negeri maupun luar negeri mendapatkan skor terendah. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa kurang merasakan dampak dari hasil kerjasama-kerjasama yang dilakukan lembaga sehingga ke depannya diharapkan kerjasama tersebut dapat lebih dikongkretkan untuk tingkatan mahasiswa khususnya kerjasama dengan lembaga/institusi luar negeri. Masukan dari mahasiswa terkait dengan kerjasama lembaga khususnya tingkat internasional yaitu sebaiknya menambah lebih banyak link dari universitas luar, seperti sekolah internasional, perusahaan, maupun ke luar negeri untuk memudahkan mahasiswa berkembang.

Tingkat kepuasan mahasiswa pada indikator kualitas produk lembaga berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap kualitas produk lembaga sebanyak 68 mahasiswa atau 78,16%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator kualitas produk lembaga sebesar 69,20%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasan terhadap struktur kurikulum yang ada, pengajaran yang dilaksanakan dosen, reputasi lembaga, rasio antara dosen dengan mahasiswa, kondisi ruang kuliah, keadaan ruang, laboratorium micro teaching, kelengkapan buku, sistem layanan perpustakaan, pelaksanaan ujian, kualitas pelayanan tenaga administrasi dan sistem informa-

si akademik sebesar 69,20%. Kualitas produk merupakan kualitas/mutu dari komponen-komponen yang membentuk suatu produk sehingga produk yang dihasilkan dapat memberikan nilai tambah (Hannah & Karp, 1991). Tindakan-tindakan untuk memaksimalkan nilai tambah dari produk yang dihasilkan harus dilaksanakan agar dapat diperoleh pula kepuasan yang maksimal dari para pelanggan (mahasiswa). Berdasarkan jawaban skor mahasiswa terkait dengan kualitas produk lembaga, yang mendapatkan skor terendah adalah butir pertanyaan yang berkaitan dengan kelengkapan buku-buku di perpustakaan. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa merasakan bahwa fasilitas buku-buku yang tersedia di perpustakaan belum dapat memenuhi harapan dari para mahasiswa khususnya buku-buku diktat dan referensi berbahasa Inggris. Salah satu upaya yang dapat dilaksanakan oleh lembaga adalah dengan meningkatkan/menambah ketersediaan buku-buku diktat dan referensi berbahasa Inggris. Sistem layanan perpustakaan juga perlu mendapatkan perhatian karena mahasiswa merasakan pula sistem layanan perpustakaan yang masih belum maksimal (ditunjukkan dari jumlah skor jawaban yang terendah kedua setelah kelengkapan buku-buku perpustakaan). Saran mahasiswa yang terkait dengan kualitas produk lembaga antara lain adalah lebih memberikan kemudahan akses jurnal-jurnal internasional serta memberikan informasi yang lebih seputar beasiswa luar negeri dan kondisi ruang kuliah yang panas. Masukan dari mahasiswa dapat dijadikan dasar bagi lembaga untuk melaksanakan upaya-upaya guna me-

ningkatkan kualitas produk dari lembaga tersebut.

Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator kesesuaian biaya pendidikan dengan fasilitas yang ditawarkan berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap biaya pendidikan dengan fasilitas yang ditawarkan sebanyak 58 mahasiswa atau 66,66%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator kesesuaian biaya pendidikan dengan fasilitas yang ditawarkan lembaga sebesar 67,30%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasan terhadap biaya SPP tiap semester yang dibayarkan, biaya semester pendek yang dibayarkan, biaya kemahasiswaan yang dibayar, biaya SOP (Sumbangan Operasional Pendidikan) yang dibayarkan dan biaya PKL (Praktik Kerja Lapangan) I,II dan III sebesar 67,30%. Biaya yang dibayarkan oleh mahasiswa merupakan pengorbanan yang dilaksanakan oleh mahasiswa untuk mendapatkan manfaat dan nilai tambah dari fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh lembaga. Tingkat kepuasan yang optimal dilihat dari hubungan antara nilai (fasilitas, produk, kualitas) dengan harga (biaya yang ditawarkan) menjadi komponen yang penting bila lembaga berkomitmen pada pemenuhan kebutuhan pelanggan (mahasiswa). Upaya yang dapat dilaksanakan dapat berfokus pada peningkatan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan baik fasilitas fisik maupun nonfisik seperti peningkatan kondisi ruang kuliah, perbaikan sistem layanan akademik, kelengkapan pembelajaran, peningkatan metode pengajaran, tersedianya fasilitas/ kesempatan mahasiswa untuk mendapatkan infor-

masi tentang pendidikan akuntansi internasional, baik mendatangkan lebih banyak dosen luar negeri maupun mahasiswa yang berkunjung ke universitas internasional dan sebagainya. Berdasarkan skor jawaban mahasiswa yang perlu mendapatkan perhatian lembaga adalah terkait dengan penetapan biaya semester pendek. Mahasiswa merasakan kesenjangan antara biaya yang dibayarkan untuk semester pendek dengan fasilitas yang disediakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator pemenuhan kebutuhan/hak mahasiswa berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap pemenuhan kebutuhan/hak mahasiswa sebanyak 54 mahasiswa atau 62,07%. Adapun tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator pemenuhan kebutuhan/hak mahasiswa sebesar 69%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasannya terkait dengan pemenuhan kebutuhan akan informasi akademik, pemenuhan kebutuhan mendapatkan ilmu dan pembelajaran, pemenuhan kebutuhan akan pengembangan potensi dan bakat diri dan pemenuhan kebutuhan untuk beribadah serta pemenuhan kebutuhan kenyamanan dan keamanan untuk belajar di luar kelas sebesar 69%. Hannah & Karp (1991) berpendapat bahwa untuk menciptakan kepuasan pelanggan, suatu organisasi harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan para pelanggannya. Kebutuhan-kebutuhan tersebut terkait dengan hal-hal yang memang menjadi hak bagi konsumen dan dengan sendirinya akan menjadi kewajiban bagi organisasi untuk memenuhinya. Upaya untuk memaksimalkan kepu-

san pelanggan (mahasiswa) terkait dengan pemenuhan hak pelanggan (mahasiswa) perlu dilakukan untuk menjaga komitmen dan integritas suatu organisasi. Dalam konteks penelitian ini, upaya yang dapat dilaksanakan berdasarkan hasil jawaban responden mahasiswa yang memiliki skor terendah dan saran/masukan dari mahasiswa antara lain dengan memenuhi kebutuhan mahasiswa akan pengembangan potensi dan bakat diri, peningkatan kesempatan dan sarana untuk beribadah dan peningkatan kenyamanan untuk belajar di luar kelas.

Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator pelayanan akademik dosen dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas sebanyak 63 mahasiswa atau 72,41%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator pelayanan akademik dosen sebesar 74,29%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasan terhadap kesesuaian pelayanan dosen penasehat akademik dengan jam kerja, pemahaman dosen penasehat akademik terhadap prasyarat pengambilan matakuliah, pemahaman dosen penasehat akademik terhadap peraturan dan ketentuan akademik yang berlaku, sikap yang ditunjukkan dosen penasehat akademik pada saat melayani, bantuan, arahan dan nasehat yang diberikan dosen penasehat akademik terhadap kemajuan studi dan tujuan masa depan serta keadilan dosen penasehat akademik dalam memberikan bimbingan kepada setiap mahasiswa bimbingannya sebesar 74,29%. Faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan dikaitkan dengan pelayanan adalah ketepatan janji (komitmen), kedekatan dengan pelanggan dan

kemampuan serta respon yang diberikan dalam membantu pelanggan (Harun, 2006). Dalam konteks penelitian ini pelayanan akademik yang dimaksud terdiri dari dua jenis pelayanan akademik yaitu pelayanan oleh dosen (khususnya dosen pembimbing akademik) dan pelayanan oleh tenaga administrasi. Ketiga hal yang terkait dengan pelayanan yaitu komitmen dosen untuk melayani mahasiswa, kedekatan dosen dengan mahasiswa bimbingannya dan kemampuan serta kesiapan dosen untuk membantu kesulitan mahasiswa perlu ditingkatkan pelaksanaannya mengingat hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pelayanan akademik dosen tingkat kepuasannya belum maksimal. Langkah-langkah yang dapat dilaksanakan berdasarkan hasil skor jawaban mahasiswa dan saran/masukan dari mahasiswa adalah komitmen terhadap pelaksanaan jadwal pelayanan akademik dosen, mengutamakan prinsip-prinsip keadilan dosen dalam membimbing mahasiswa bimbingannya secara akademik dan dosen mau memberi motivasi belajar bagi para mahasiswa bimbingannya.

Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator pelayanan akademik pegawai administrasi dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas sebanyak 55 mahasiswa atau 63,22%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator pelayanan akademik pegawai administrasi sebesar 66,55%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasan terhadap respon pegawai administrasi terhadap pertanyaan dan masalah yang dikemukakan mahasiswa, pelayanan pegawai administrasi terhadap ke-

butuhan mahasiswa mengenai informasi akademik, sikap pegawai administrasi pada saat melayani, kemampuan komunikasi pegawai administrasi pada saat melayani mahasiswa dan pemahaman pegawai administrasi atas peraturan dan ketentuan akademik yang berlaku sesuai dengan bidang pelayanannya. Seperti pada deskripsi sebelumnya, pelayanan akademik pegawai administrasi juga berkaitan dengan komitmen untuk melayani, kedekatan dengan pelanggan (mahasiswa) dan kemampuan untuk membantu kesulitan mahasiswa juga perlu mendapatkan perhatian dari lembaga dan berdasarkan hasil penelitian ini tingkat kepuasannya kurang maksimal. Mahasiswa memberikan masukan mengenai pelayanan pegawai administrasi yang perlu ditingkatkan khususnya terkait dengan sikap dan respon yang diberikan pegawai administrasi pada saat melayani. Di samping itu berdasarkan skor jawaban responden diketahui bahwa respon pegawai administrasi terhadap pertanyaan dan masalah yang dikemukakan mahasiswa masih kurang sehingga perlu adanya peningkatan. Upaya yang dapat dilaksanakan adalah memberikan pelatihan yang terkait dengan pelayanan, pemberian penghargaan (*reward*) bagi karyawan yang kinerjanya bagus dan secara periodik dilakukan pemilihan karyawan dengan pelayanan yang paling prima (*employ of the month*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator profesionalisme dosen berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap profesionalisme dosen sebanyak 65 mahasiswa atau 74,71%. Adapun tingkat ke-

puasan mahasiswa terhadap indikator profesionalisme dosen sebesar 73,89%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasannya terkait dengan ketenangan dan kepercayaan diri, kesahajaan, kerapian dan kesopanan dalam penampilan, kepatuhan dan konsistensi terhadap keputusan/ketentuan kelas, kesempatan yang diberikan dosen untuk berinteraksi baik secara personal maupun klasikal pada saat kegiatan pembelajaran, penguasaan materi, penyampaian materi secara sistematis oleh dosen, evaluasi yang dilaksanakan dosen dan penggunaan metode mengajar yang bervariasi serta umpan balik yang diberikan dosen kepada mahasiswa sebesar 73,89%. Dosen yang profesional adalah dosen yang kompeten secara pedagogik, kepribadian dan sosial. Penentuan kepuasan ditentukan pula oleh pengalaman dan kapabilitas dalam menjual (Musanto, 2004). Dalam konteks penelitian ini kemampuan menjual adalah terkait dengan profesionalisme dosen. Berdasarkan hasil penelitian ini, profesionalisme dosen masih perlu ditingkatkan karena tingkat kepuasan mahasiswa masih belum maksimal. Berdasarkan skor jawaban responden dan masukan dari para mahasiswa, peningkatan profesionalisme dosen dapat ditingkatkan dengan cara penggunaan metode mengajar bervariasi. Hal ini senada dengan masukan dari mahasiswa agar dalam menggunakan metode mengajar hendaknya lebih bervariasi agar mahasiswanya tidak mengantuk, di samping itu sesekali dosen juga hendaknya pada mahasiswa tingkat awal tidak mengajar dalam bahasa Inggris secara penuh agar mahasiswa mampu me-

mahami dan mengikuti materi yang diajarkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi akademik berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap kemudahan akses informasi akademik sebanyak 62 mahasiswa atau 71,26%. Adapun tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator kemudahan akses informasi akademik sebesar 70,63%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasannya terkait dengan pemberian informasi kemajuan studi secara berkala (tiap semester) oleh dosen, akses terhadap informasi yang berkaitan dengan ujian, registrasi, KRS dan lain-lain sangat mudah diperoleh, informasi-informasi penting lain yang berkaitan dengan akademik tersedia dan diletakkan di tempat strategis dan pemanfaatan teknologi informasi dalam sistem informasi akademik sebesar 70,63%. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap informasi akademik masih perlu ditingkatkan karena tingkat kepuasan mahasiswa masih belum maksimal. Upaya yang dapat dilaksanakan untuk meningkatkan kemudahan akses atas informasi akademik berdasarkan skor jawaban responden dan masukan dari mahasiswa adalah dengan meningkatkan penyediaan informasi-informasi penting lain yang berkaitan dengan akademik dan diletakkan di tempat strategis. Di samping itu dapat dilakukan upaya yang lebih memudahkan mahasiswa dalam entri KRS dan cetakan informasi berkaitan dengan perubahan jadwal diletakkan di tempat yang benar-benar dapat dilihat/diakses mahasiswa serta dilaksa-

nakan update informasi akademik secara kontinyu.

Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator kenyamanan dalam proses pembelajaran dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas sebanyak 56 mahasiswa atau 64,37%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kenyamanan dalam proses pembelajaran sebesar 67,38%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasan terhadap terdapatnya cukup banyak tempat untuk belajar, adanya tempat belajar yang aman bagi mahasiswa, jaringan akses internet yang baik untuk belajar dan suasana serta kondisi yang nyaman untuk belajar di dalam kelas sebesar 67,38%. Kenyamanan merupakan segala kemudahan yang diberikan organisasi kepada pelanggannya (Musanto, 2004). Dalam konteks penelitian ini kenyamanan merupakan segala kemudahan yang diberikan lembaga terhadap mahasiswa dalam proses pembelajaran. Dari hasil tingkat kepuasan tersebut diketahui bahwa kenyamanan dalam proses pembelajaran masih perlu untuk ditingkatkan. Upaya yang dapat dilaksanakan berdasarkan skor jawaban responden dan masukan/saran dari mahasiswa adalah pihak lembaga hendaknya meningkatkan jaringan akses internet yang baik untuk belajar. Hal tersebut sejalan dengan masukan dari mahasiswa mengenai kurangnya jaringan internet sehingga kecepatan serta kenyamanan akses terhadap internet menjadi terhambat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator yang paling/dominan mempengaruhi kepuasan mahasiswa jurusan pendidikan akuntansi FE UNY program kelas inter-

nasional adalah indikator profesionalisme dosen. Hal ini berarti bahwa pertimbangan utama dalam menunjukkan kepuasan atau ketidakpuasan mahasiswa dapat dilihat dari profesional tidaknya seorang dosen dalam proses pembelajaran. Seorang dosen yang profesional berdasarkan penelitian ini menjadi pertimbangan utama mahasiswa dalam mengukur kepuasannya. Hal ini menjadi informasi/kontribusi yang bermanfaat bagi pengelola program pada khususnya dan fakultas pada umumnya untuk menitikberatkan pengembangan program pada peningkatan profesionalisme dosen. Upaya-upaya yang dapat dilaksanakan tidak terlepas dari tugas pokok dan fungsi dosen yaitu memberikan pengajaran dan pendidikan, melaksanakan penelitian, serta melakukan pengabdian kepada masyarakat. Pengembangan program kelas internasional untuk ke depannya secara nyata dapat dilaksanakan dengan meningkatkan kompetensi dosen melalui peningkatan kemampuan bahasa Inggris dosen baik dalam mengajar maupun dalam menulis artikel ilmiah. Selain itu dapat dilaksanakan pelatihan mengenai metode pengajaran mengingat masukan mahasiswa terkait dengan perlunya variasi metode mengajar dosen agar tidak mengantuk.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa ketidakpuasan mahasiswa program kelas internasional yang tertinggi terletak pada indikator pelayanan akademik pegawai administrasi. Hal ini berarti bahwa mahasiswa merasakan ketidakpuasan yang tertinggi pada pelayanan akademik pegawai administrasi. Hasil tersebut memberikan umpan balik dan bahan evaluasi bagi pengelola pada khususnya dan fakultas pada umumnya

untuk melaksanakan peningkatan pelayanan pegawai administrasi. Upaya nyata yang dapat dilaksanakan adalah peningkatan kompetensi pegawai administrasi dari sisi pelayanan, pemberian reward bagi karyawan yang kinerja pelayanannya bagus serta pemilihan secara periodic karyawan dengan kinerja pelayanan terbaik (*employ of month*).

SIMPULAN

Tingkat Kepuasan mahasiswa terhadap jenis produk universitas/lembaga berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan dari sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap jenis produk lembaga sebanyak 72 mahasiswa atau 82,76%. Adapun tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator jenis produk lembaga sebesar 69,22%. Tingkat kepuasan mahasiswa pada indikator kualitas produk lembaga berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap kualitas produk lembaga sebanyak 68 mahasiswa atau 78,16%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator kualitas produk lembaga sebesar 69,20%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator kesesuaian biaya pendidikan dengan fasilitas yang ditawarkan berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap biaya pendidikan dengan fasilitas yang ditawarkan sebanyak 58 mahasiswa atau 66,66%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator kesesuaian biaya pendidikan dengan fasilitas yang ditawarkan lembaga sebesar 67,30%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator pemenuhan kebutuhan/hak mahasis-

wa berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap pemenuhan kebutuhan/hak mahasiswa sebanyak 54 mahasiswa atau 62,07%. Adapun tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator pemenuhan kebutuhan/hak mahasiswa sebesar 69%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator pelayanan akademik dosen dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas sebanyak 63 mahasiswa atau 72,41%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator pelayanan akademik dosen sebesar 74,29%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator pelayanan akademik pegawai administrasi dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas sebanyak 55 mahasiswa atau 63,22%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator pelayanan akademik pegawai administrasi sebesar 66,55%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator profesionalisme dosen berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap profesionalisme dosen sebanyak 65 mahasiswa atau 74,71%. Adapun tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator profesionalisme dosen sebesar 73,89%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kemudahan akses informasi akademik berada dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap kemudahan akses informasi akademik sebanyak 62 mahasiswa atau 71,26%. Adapun tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indikator kemudahan akses informasi akademik sebesar 70,63%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap indi-

kator kenyamanan dalam proses pembelajaran dalam kategori puas. Hal ini ditunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa puas sebanyak 56 mahasiswa atau 64,37%. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kenyamanan dalam proses pembelajaran sebesar 67,38%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator yang paling/dominan mempengaruhi kepuasan mahasiswa jurusan pendidikan akuntansi FE UNY program kelas internasional adalah indikator profesionalisme dosen. Hal ini berarti bahwa pertimbangan utama dalam menunjukkan kepuasan atau ketidakpuasan mahasiswa dapat dilihat dari profesional tidaknya seorang dosen dalam proses pembelajaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi (2010) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ghozali, Imam (2001) *Aplikasi Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hanan, Mack & Karp, Peter (1991) *Customer Satisfaction: How to Maximize, Measure and Market your company's Ultimate Product*. New York: American Management Association
- Harun, Haidar (2006) "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Produk Telkom Flexi (Studi Kasus PT. Telekomunikasi Indonesia Kota Semarang)". *Tesis S2*. Program Studi Magister Manajemen. Universitas Diponegoro Semarang
- Kotler, Philip (1997) *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian (Edisi kedelapan, terjemahan Arcella Ariwati Hermawan)*. Jakarta: Salemba Empat
- Kuncoro, Mudrajad (2003) *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Mowen, John C. (1995) *Consumer Behavior, Eleventh Edition*. Illinois: Richard D. Irwin Inc.
- Musanto, Trisno (2004) "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya". *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 6, No. 2, September 2004: 123 – 136*
- Tjiptono, Fandy (1997) *Strategy Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset
- Widhianto, Erwan (2007) "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PO Purwo Widodo Di Sidoarjo, Wonogiri". *Skripsi S1*. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Yuliarmi, Ni Nyoman & Riyasa, Putu (2007). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar". *Buletin Teknis Ekonomi*. Volume 12 Nomor 1 Tahun 2007