



## Penggunaan Metode *Servqual* dalam Pengukuran Kualitas Layanan Pendidikan

Suhendra<sup>1</sup>, Raden Roro Suci Nurdianti<sup>2</sup>

Universitas Siliwangi

\*Corresponding author: suhendra.ekonomi@gmail.com, radenrorosucinurdianti@unsil.ac.id

Diterima 20 Agustus 2018; Direview 18 September 2018; Diterima 15 Oktober 2018

Diterbitkan online 28 Desember 2018

### Abstract

*The goals of educational institutions can be seen from the number of applicants or the number of students at the institutions. If the institutions have a good image in the society, it will increase the number of applicants to take study on the institutions. In the education service industry, the most effective promotion is a recommendation from the user for the satisfaction of services received during transactions and services after the transaction. Therefore, the academic services played an important role in the sustainability of an educational institution.*

*The service quality model which has been used as a reference in service marketing research is a Servqual (service quality) model developed by Parasuraman, Zeithaml, and Berry. Servqual as a reference for measuring service quality is with 5 dimensions: (1) reliability, (2) assurance, (3) responsiveness, (4) empathy and (5) tangibles. This model can be applied in various aspects contained in services / services provided by each institution. This study aims to discuss how the use of the Servqual method is applied in measuring the quality of education services.*

**Keywords:** Academic; Service; Quality; Servqual; Measurement

### Abstrak

Keberhasilan suatu lembaga pendidikan salah satunya dapat terlihat dari jumlah pendaftar atau jumlah siswa pada lembaga tersebut. Semakin baik citra lembaga di masyarakat, akan berdampak pada meningkatnya jumlah pendaftar untuk mengejar pendidikan di lembaga tersebut. Dalam Industri jasa Pendidikan, promosi yang paling efektif adalah rekomendasi dari pengguna atas kepuasan dari layanan yang diterima pada saat bertransaksi maupun layanan setelah transaksi dilakukan. Oleh karena itu, layanan akademik yang diberikan memegang peranan penting dalam keberlangsungan suatu lembaga pendidikan.

Model kualitas pelayanan yang hingga kini banyak dijadikan sebagai acuan dalam riset pemasaran jasa adalah model *servqual* (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. *Servqual* yang dijadikan acuan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah dengan 5 dimensi : (1) kehandalan (*reliability*), (2) jaminan (*assurance*), (3) daya tanggap (*responsiveness*), (4) empati (*empathy*) dan (5) bukti langsung (*tangibles*). Model ini dapat diterapkan di berbagai aspek yang terdapat pada pelayanan/jasa yang disediakan oleh lembaga masing-masing. Kajian ini bertujuan untuk membahas bagaimana penggunaan metode *Servqual* ini diterapkan dalam pengukuran kualitas layanan pendidikan

**Kata Kunci:** Kualitas;Layanan;Akademik; Pengukuran; *Servqual*.

### PENDAHULUAN

Industri Jasa Pendidikan yang semakin pesat beberapa tahun terakhir, menuntut masing-masing institusi penyelenggara pendidikan untuk memberikan pelayanan yang sebanding dengan berbagai variasi harga yang ditawarkan. Baik institusi pendidikan negeri maupun swasta, saling berlomba menghimpun siswa sebanyak-banyaknya. Semakin baik citra institusi pendidikan tersebut, maka jumlah pendaftar pun akan semakin meningkat.

Kepuasan merupakan ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerja biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai. Sebaliknya, apabila unjuk kerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat. (Yazid, 2008 : 55). Oleh karena itu, kepuasan dari layanan yang diterima, memegang peranan yang sangat penting demi peningkatan citra

lembaga, termasuk didalamnya lembaga/institusi penyelenggara pendidikan.

Dalam analisis manajemen, terdapat berbagai metode dan model pengukuran kualitas pada industri jasa. Salah satu model kualitas pelayanan yang hingga kini banyak dijadikan sebagai acuan dalam riset pemasaran jasa adalah model *servqual* (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry.

Model ini dapat diterapkan di berbagai aspek yang terdapat pada pelayanan/jasa yang disediakan oleh lembaga masing-masing. Termasuk didalamnya yaitu lembaga Pendidikan.

#### KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2009). Pelanggan merupakan penilai utama tingkat kualitas jasa suatu perusahaan.

Pengukuran kualitas jasa dalam model *Servqual* didasarkan pada skala *multi-item* yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta *gap* diantara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa (Tjiptono, 2007).

Pada penelitian awalnya, Parasuraman, *et al.*, (1985) mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok, yakni reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik. Namun pada penelitian selanjutnya, sepuluh dimensi tersebut dirangkum dan disempurnakan. Untuk aspek kesopanan, kompetensi, kredibilitas, keamanan, dikategorikan sebagai aspek jaminan (*assurance*). Sedangkan akses,

komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*). Secara keseluruhan, terdapat lima dimensi utama yaitu :

1. Reliabilitas, (*reliability*) yakni kemampuan memberikan layanan yang disajikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf
4. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan
5. Bukti fisik (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Lima dimensi kualitas jasa pada *Servqual* dijabarkan ke 22 item kuisisioner yang berisi atribut harapan dan atribut persepsi. Variabel-variabel tersebut disusun dalam pernyataan yang menggunakan skala likert dengan 7 poin pengukuran. Skor yang dihitung adalah selisih antara persepsi dan harapan terkait masing-masing pernyataan, atau dapat dirumuskan:

Skor *Servqual* = Skor Persepsi - Skor Harapan

Kualitas jasa pada lembaga pada kelima dimensi tersebut dapat dihitung untuk semua responden, dengan cara menghitung rata-rata skor *Servqual* mereka pada pernyataan yang

mencerminkan setiap dimensi. Adapun atribut dan dimensi ke 22 item *Servqual* dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1**  
**Atribut dan Dimensi *Servqual***  
**Sumber : Zeithaml, et al. (1990)**

No.	Atribut	Dimensi
1.	Jika menjanjikan sesuatu di waktu tertentu, pasti direalisasikan.	Reliabilitas
2.	Bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan jika ada masalah	Reliabilitas
3.	Jasa disampaikan secara benar sejak kali pertama	Reliabilitas
4.	Jasa disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	Reliabilitas
5.	Sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan	Reliabilitas
6.	Layanan yang segera/cepat dari karyawan	Daya tanggap
7.	Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas	Daya tanggap
8.	Karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan	Daya tanggap
9.	Karyawan yang tidak terlampaui sibuk sehingga sanggup melayani pelanggan dengan cepat	Daya tanggap
10.	Karyawan yang terpercaya	Jaminan
11.	Perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan penyedia jasa.	Jaminan
12.	Karyawan yang selalu sopan kepada pelanggan	Jaminan
13.	Karyawan yang dapat menjawab pertanyaan pelanggan	Jaminan
14.	Perhatian individual dari lembaga	Empati
15.	Waktu operasi yang cocok/nyaman bagi para pelanggan	Empati
16.	Karyawan yang memberikan perhatian personal	Empati
17.	Lembaga yang memperhatikan kepentingan pelanggan	Empati
18.	Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan	Empati
19.	Peralatan mutakhir/terbaru	Bukti Fisik
20.	Fasilitas fisik yang menarik	Bukti Fisik
21.	Karyawan yang berpenampilan rapi	Bukti Fisik
22.	Fasilitas fisik sesuai dengan jasa yang ditawarkan	Bukti Fisik

Skor *Servqual* untuk kelima dimensi yang diperoleh di rata-ratakan kembali, untuk mendapatkan ukuran kualitas jasa keseluruhan. Pada prinsipnya, data yang diperoleh dari instrument *Servqual* dapat dipergunakan untuk menghitung skor *gap*

kualitas jasa pada berbagai level secara rinci seperti berikut :

1. *Item-by-item analysis*, yakni menghitung selisih antara persepsi dan harapan di setiap *item* pernyataan

2. *Dimension-by-dimension analysis*, yakni skor persepsi setiap dimensi di rata-ratakan, dikurangi dengan skor harapan yang juga di rata-ratakan
3. Penghitungan ukuran tunggal kualitas jasa keseluruhan, yaitu dengan merata-ratakan skor persepsi keseluruhan kemudian dikurangi dengan skor harapan secara keseluruhan

Analisis skor *gap* pada *Servqual* ini akan membantu lembaga dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan, serta mengidentifikasi dimensi mana yang membutuhkan pengawasan lebih lanjut.

## PEMBAHASAN

Pendidikan sebagai salah satu sektor yang bergerak dibidang jasa, selalu memerlukan peningkatan kualitas layanan dari waktu ke waktu, sebagaimana kebutuhan seluruh *stakeholder* yang terus bertambah seiring perkembangan teknologi dan perkembangan zaman. Kualitas yang dimaksud disini merupakan satu kesatuan sistem yang terintegrasi mulai dari manajemen kelas hingga ke manajemen sekolah secara keseluruhan. Semua ini melibatkan harapan dan persepsi dari semua pihak yang berkepentingan seperti siswa, orang tua, alumni, bahkan *stakeholder* lainnya.

Dalam mengevaluasi kualitas pendidikan baik secara parsial maupun secara menyeluruh, model *Servqual* dapat digunakan sebagai salah satu model pengukuran yang didalamnya mencakup pada pemberian layanan secara keseluruhan yang

dikelompokkan kedalam 5 dimensi. Dimensi-dimensi *servqual* tersebut biasanya diterapkan pada industri/perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Untuk penerapan di sektor pendidikan, instrument *servqual* dapat disesuaikan dengan istilah-istilah yang lebih sesuai dengan sektor pendidikan itu sendiri. Misalkan, dengan mengganti kata “Lembaga” dengan “Sekolah”, jika yang diukur adalah kualitas pada sekolah tertentu. Mengganti kata “Karyawan” dengan kata “Guru”, atau bahkan mengganti kata “layanan” langsung dengan “Pembelajaran” jika memang kualitas yang dinilai adalah terkait mata pelajaran tertentu.

Penerapan model *servqual* dalam pendidikan sudah seringkali digunakan, namun biasanya berada pada jenjang Pendidikan Tinggi (Universitas). Beberapa penelitian terdahulu menggunakan model ini dalam menganalisis kepuasan mahasiswa. Namun, model *servqual* ini hanya mengukur kepuasan dari layanan yang diberikan secara umum saja. Artinya, jika pengukuran layanan pada institusi pendidikan mengarah pada hal-hal yang lebih spesifik seperti kurikulum, kebijakan pimpinan, serta keilmuan yang dibahas secara terperinci, maka kuisisioner *servqual* memerlukan modifikasi lebih lanjut lagi secara terperinci.

Sebagai contoh, Khan & Mahapatra (2007) membuat permodelan baru melalui *framework* awal *Servqual* kemudian dimodifikasi menjadi *Eduqual* yang didalamnya terdapat

aspek *learning outcomes* dan faktor akademik lainnya secara spesifik. Namun, untuk pengukuran pelayanan akademik secara umum tentunya model awal dari *Servqual* juga masih dapat digunakan dalam menganalisis kualitas jasa pada sektor pendidikan.

### **SIMPULAN**

Metode *SERVQUAL* pada dasarnya dapat digunakan dalam berbagai sektor jasa, termasuk jasa pendidikan. Namun untuk pengukuran yang lebih spesifik terkait akademik, metode *servqual* belum sampai mengukur aspek kurikulum, kebijakan, serta faktor terkait lainnya. Oleh karena itu diperlukan modifikasi lebih lanjut jika yang diukur adalah aspek yang lebih spesifik daripada kualitas layanan pendidikan.

Terdapat banyak sekali perbedaan pendapat dari para peneliti tentang pendekatan yang dipakai dalam pengukuran kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini menjadi sebuah *gap* yang dapat menjadi kajian lebih lanjut bagi para penulis atau peneliti yang lainnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip (2009), *Marketing Management, Penerjemah: Herujati Purwoko, Jilid 1, Cetakan Kesepuluh*, Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Mahapatra, M.M dan Khan, M.S. (2007). *A framework for analysing quality in education settings. European Journal of Engineering Education* Vol. 32, No. 2, May 2007,205–217

Ratih Hurriyati. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta

Yazid. (2008). *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta : EKONISIA Fakultas Ekonomi UII

Tjiptono, Fandy. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.

Zeithaml, V.A., A. Parasuraman, dan L.L. Berry. (1990) . “*Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception & Expectation*”. Simon and Schuster. New York.