

# ANALISIS KUALITAS LAYANAN ADMINISTRASI AKADEMIK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PADA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN ALAUDDIN MAKASSAR

**Kamaluddin Tajibu**

Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar  
Email : kamaltajibu@uin-alauddin.ac.id

## **Abstract**

*Higher Education Institution (PT) is an educational unit that organizes higher education, whose function is known as the Higher Education Tridarma, namely Education, Research and Community Service. In relation to these functions, academic services at each Faculty become a barometer of the success of the University in fulfilling its functions and roles.*

Keywords: *quality; higher education; academic*

## **A. PENDAHULUAN**

PT adalah satuan pendidikan penyelenggara pendidikan tinggi. Peserta didiknya adalah mahasiswa, sedangkan tenaga pendidiknya adalah dosen. menurut jenisnya PT dibagi menjadi 2 bagian yaitu: 1) PT Negeri (PTN) yaitu PT yang diselenggarakan oleh pemerintah; 2) PT Swasta (PTS diselenggarakan oleh swasta. Dalam kedudukannya sebagai lembaga pendidikan ia memiliki tugas menyelenggarakan Tridarma yaitu: pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat. Pendidikan merupakan jasa yang berupa proses pembudayaan, pengertian ini berimplikasi adanya input dan output. Inputnya adalah peserta didik atau mahasiswa, sarana, prasarana dan lingkungan, sedangkan outputnya adalah jasa pelayanan pendidikan, lulusan dan alumni (Prihantoro, 2012).

PT di Indonesia, banyak yang berupa universitas, sekolah tinggi bahkan PT lainnya seperti institut dan lain-lain. Semua PT di Indonesia memiliki keunggulan sendiri-sendiri. Tingginya minat dan kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan, menjadikan beberapa PT juga semakin padat dan juga semakin berpacu untuk mengembangkan kualitasnya. Pemahaman kualitas PT tidak terlepas dari produk yang dikeluarkan yaitu kurikulum, penelitian, pengabdian pada masyarakat, administrasi, dan ekstrakurikuler serta produk parsial yaitu lulusan. Meskipun disebut produk parsial, lulusan PT adalah produk yang sangat penting, yang bersifat generatif dan aplikatif. Generatif bermakna bahwa melalui lulusanlah jasa-jasa PT disebarluaskan dan dikembangkan. Sedangkan dikatakan aplikatif

karena lulusan akan mengaplikasikan jasa- jasa PT yang telah diterimanya dalam dunia kerja (Panji, 2007).

Keberhasilan suatu PT sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan, di mana pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan, dalam hal ini adalah mahasiswa. Keadaan persaingan yang kompetitif antar PT menuntut lembaga pendidikan harus memperhatikan mutu pendidikan dan kelembagaan sehingga mampu serta unggul dalam persaingan tersebut. PT harus melakukan langkah antisipasi guna menghadapi persaingan yang semakin kompetitif serta bertanggung jawab untuk menggali dan meningkatkan segala aspek pelayanan yang dimiliki.

Cravens (Handayani dkk, 2003) menyatakan bahwa “untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi diperlukan adanya pemahaman tentang apa yang diinginkan oleh konsumen, dengan mengembangkan komitmen setiap orang yang ada dalam lembaga untuk memenuhi kebutuhan konsumen.” Selanjutnya menurut Simonson (1993), agar dapat memenangkan persaingan perlu memenuhi apa yang diinginkan oleh mahasiswa. Tindakan terbaik yang perlu dilakukan oleh lembaga PT adalah menggunakan umpan balik dari mahasiswa untuk mengendalikan perubahan organisasional (Bergin, 1997). Kesesuaian antara keinginan atau persepsi konsumen (*customer voice*) dan keinginan organisasi pengelola atau PT (*company voice*) syarat penting dalam keberhasilan proses pendidikan (Muafi dan Siswanti, 2007).

Fakultas Dakwah dan Komunikasi merupakan salah satu Fakultas baru yang ada di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, dalam proses pengembangan dan memiliki permasalahan yang kompleks. Fakultas Dakwah dan Komunikasi memiliki 8 jurusan dan delapan jurusan tersebut baru 1 jurusan yang memperoleh Akreditasi A dari BAN PT dan yang lainnya akreditasi B dan C, namun di salah satu sisi fakultas ini belum mempunyai gedung yang kurang memadai, demikian pula ruangan staf, ruang kuliah yang tidak mencukupi serta sarana prasarana lain seperti ruang laboratorium dakwah, seperti fotografi, multimedia dan lab lainnya yang belum lengkap dan bahkan sangat mengganggu proses praktekum mahasiswa. Bahkan terkadang timbul keluhan terutama dalam hal petugas yang kadang tidak ditepat serta suka menunda nunda pekerjaan.

Penelitian ini ingin melihat gambaran Pelayanan Administrasi Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, gambaran Tingkat Kepuasan Mahasiswa

terhadap Pelayanan Administrasi Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, dan Pengaruh Pelayanan Administrasi Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar

## B. TINJAUAN TEORITIS

### Tinjauan Teoritis Mutu Layanan Administrasi Akademik

Davis dan Donalson sekitar pada tahun 1989-1991, mengungkapkan para manajer tidaklah termotivasi oleh tujuan-tujuan individu tetapi lebih ditujukan pada sasaran hasil utama mereka untuk kepentingan organisasi. Teori ini dikenal dengan teori Stewardship. Intinya adalah para manager eksekutif termotivasi untuk bertindak sesuai keinginan prinsipil. Lebih lanjut mengungkapkan bahwa perilaku para manager tidak akan meninggalkan organisasinya sebab *Steward* berusaha mencapai sasaran organisasinya. Teori ini memiliki landasan psikologi dan sosiologi, di mana para pelayan atau manager dapat bertindak dengan cara yang baik. *Stewardship Theory*, ini didasarkan pada pelayan yang memiliki perilaku di mana dia dapat dibentuk agar selalu dapat diajak bekerjasama dalam organisasi, memiliki perilaku kolektif atau berkelompok dengan utilitas tinggi daripada individunya dan selalu bersedia untuk melayani. Teori *Stewardship* mengasumsikan bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara kesuksesan organisasi dengan kepuasan.

Dalam kaitan dengan layanan administrasi akademik, maka motivasi para pelayan dalam memberikan layanan menjadi sesuatu yang penting. Karena kepuasan pelanggan sangat ditentukan oleh kemampuan para pelayan dalam memberikan layanan. Kajian tentang motivasi telah sejak lama memiliki daya tarik tersendiri bagi kalangan pendidik, manajer, dan peneliti, terutama dikaitkan dengan kepentingan upaya pencapaian kinerja (prestasi) seseorang.

Administrasi akademik terdiri dari dua suku kata yaitu "administrasi" dan "akademik". Kata administrasi, berasal dari bahasa latin "ad dan ministro" salah satu dari Bahasa Kuno Semenanjung Italia, mula-mula dipopulerkan oleh Bangsa latin Italia pada zaman Romawi Kuno . Kata ad mempunyai arti yang sama dengan kata to dalam Bahasa Inggris, yang berarti "ke atau kepada" dan ministro sama dengan *to save* atau *to conduct* yang berarti "melayani, membantu, atau mengarahkan". Definisi lain menyebutkan administrasi adalah rangkaian kegiatan atau keseluruhan proses pengendalian usaha

kerjasama orang untuk mencapai tujuan secara berencana dan sistematis yang diselenggarakan dalam lingkungan tertentu ( Nawawi dalam Daryanto, 2010; 26).

Adminisrasi Akademik ialah segenap proses pengerahan dan pengintegrasian (menghubungkan) segala sesuatu, baik personil, dan material, yang bersangkutan paut dengan pencapaian tujuan akademik (Engkoswara dalam Zein, 2010; 10). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa administrasi akademik adalah ialah segenap proses pengerahan dan pengintegrasian (menghubungkan) segala sesuatu, baik personil, dan material, yang bersangkutan paut dengan pencapaian tujuan akademik.

Layanan adalah suatu kegiatan yang terjadi atas interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau benda secara fisik dan menghasilkan kepuasan pelanggan. Menurut Keputusan Menpan No. 81 Tahun 1993, pelayanan umum adalah segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh pemerintah pusat/ daerah, BUMN/BUMD, dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat, dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak yang lain yang pada dasarnya tidak menghasilkan kepemilikan.

Mutu pelayanan adalah pencapaian standar harapan pelanggan untuk memenuhi hal yang berkaitan dengan keinginan mereka. Pelanggan dalam hal ini adalah mahasiswa terhadap layanan PT. Menurut Tjiptono (2005) pendekatan mutu pelayanan/jasa yang banyak digunakan adalah model *ServQual* yang dikembangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry. *ServQual* dibangun dengan membandingkan dua faktor utama yaitu layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan konsumen. Perbandingan dua faktor utama tersebut terdapat dalam lima dimensi kualitas layanan dari model *ServQual* yang telah dikembangkan, yaitu:

- a. *Reliability* (Keandalan). Keandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang ditampilkan harus sesuai dengan harapan pelanggan seperti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik serta dengan tingkat akurasi yang tinggi.
- b. *Responsiveness* (Daya Tanggap). Daya tanggap merupakan kemauan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan serta cepat mengakomodasi keluhan pelanggan.

- c. *Assurance* (Jaminan). Jaminan yang ditampilkan bisa berupa pengetahuan yang dimiliki, sopan santun dan kemampuan pegawai menumbuhkan rasa percaya para pelanggannya terhadap perusahaan. Hal ini terlihat dalam komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun, meliputi:
1. *Communication* (komunikasi), yaitu secara terus-menerus memberikan informasi kepada mahasiswa dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga dapat dengan mudah di mengerti. di samping itu hendaknya dapat secara cepat dan tanggap dalam menyikapi keluhan dan komplain yang dilakukan oleh para mahasiswa.
  2. *Credibility* (kredibilitas), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada mahasiswa, *believability* atau sifat kejujuran. Menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik pada masa yang akan datang.
  3. *Security* (keamanan), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari mahasiswa akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal.
  4. *Competence* (kompetensi) yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa dapat dilaksanakan dengan optimal.
  5. *Courtesy* (sopan santun), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh instansi atau lembaga dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa.
  6. *Empathy* (Empati). Empati merupakan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dalam upaya memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.
  7. *Tangible* (bukti fisik). Bukti fisik merupakan kemampuan perusahaan/lembaga dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal ini ditunjukkan oleh penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Penampilan dan kemampuan yang diberikan meliputi fasilitas fisik seperti gedung, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan pegawai.

Tujuan Menciptakan pelayanan administrasi akademik yang tertib, efisien dan efektif, sehingga terbentuk kesatuan pemahaman dan tindakan serta disiplin di kalangan mahasiswa, staf pengajar, dan staf administrasi. Suatu pelayanan akan dapat terlaksana dengan baik dan memuaskan apabila didukung oleh beberapa faktor :

- a) Adanya aturan yang memadai
- b) Kemampuan dan keterampilan yang sesuai dengan tugas atau pekerjaan yang dipertanggung jawabkan.
- c) Tersedianya sarana pelayanan sesuai dengan jenis dan bentuk tugas atau pekerjaan pelayanan.

Intinya bahwa tujuan pelayanan adalah untuk memberikan layanan maksimal kepada para klien, pelanggan maupun konsumen. Untuk maksud tersebut diperlukan mutu pelayanan yang maksimal.

Menurut Tjiptono dalam (Sufiyah, 2011:85) PT sebagai salah satu institusi pendidikan supaya akuntabel dan bermutu dituntut untuk memberikan pelayanan akademik yang berkualitas. PT sebagai industri jasa harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan pesaingnya.

### **Kepuasan Mahasiswa**

Kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin "*satis*" yang artinya cukup baik atau memadai sedangkan kata "*facio*" memiliki arti melakukan atau membuat. Menurut Oliver yang dikutip oleh Supranto (2011 : 233) Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya.

Menurut Popi Sopiati (2010 : 3), "Kepuasan mahasiswa merupakan suatu sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan proses belajar mengajar", maksudnya yaitu PT memberikan jasa karena adanya kesesuaian antara yang harapan dan kebutuhan dengan kenyataan yang diterima oleh mahasiswa.

Menurut Arambewela dan Hall (2009) dalam Tuerah et al (2015 : 424), "Kepuasan mahasiswa adalah tujuan utama setiap Universitas, Mahasiswa yang merasa puas dapat menjadi sumber keunggulan bersaing yang akan menghasilkan komunikasi dalam bentuk *positive word of mouth*, retensi dan loyalitas mahasiswa", Kepuasan mahasiswa dapat menjadikan suatu kekuatan dalam memberikan daya tarik kepada yang calon mahasiswa atau masyarakat, respon yang baik dari mahasiswa dapat memberikan dampak positif untuk institusi atau PT yang diunggulkannya.

Kepuasan akademik menjadi sangat penting karena akan membantu peserta didik loyal kepada institusi, peserta didik bersedia mempromosikan institusi tersebut kepada orang lain, meningkatkan animo masyarakat untuk melanjutkan pendidikan di institusi itu, bagi sebuah PT kepuasan akademik lebih diorientasikan kepada mahasiswa karena mahasiswa merupakan pelanggan primer dari PT.

Menurut Sugito dalam Rahayu (2013:4) mengungkapkan bahwa kepuasan mahasiswa adalah : suatu keadaan dimana terpenuhinya keinginan, harapan, dan kebutuhan mahasiswa. Jika pelayanan yang diberikan dapat memenuhi keinginan, harapan, dan kebutuhan mahasiswa, maka dapat dinilai pelayanan itu memuaskan, dan sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan tidak dapat memenuhi keinginan, harapan, dan kebutuhan mahasiswa Maka dapat disimpulkan pelayanan itu tidak memuaskan”.

Maka berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa merupakan penilaian yang diberikan atas perbedaan antara harapan mahasiswa dengan kinerja atau hasil (kenyataan) yang dirasakan oleh mahasiswa atas pelayanan yang diberikan oleh fakultas. Kepuasan mahasiswa akan memberikan manfaat bagi PT. Mahasiswa yang puas akan menggunakan jasa PT tersebut dengan studi lanjut pada PT yang sama. Selain itu dia juga akan mempromosikan layanan yang baik dari PT kepada calon mahasiswa yang lain sehingga akan meningkatkan jumlah mahasiswa yang kuliah di PT tersebut.

Kepuasan mahasiswa dalam penelitian ini adalah kesesuaian antara harapan dan kinerja dari layanan akademik dan birokrasi yang diterima oleh mahasiswa. Termasuk dalam kepuasan mahasiswa antara lain kurikulum yang sesuai dengan harapan mahasiswa, rancangan perkuliahan yang sesuai harapan mahasiswa, penyajian materi dan evaluasi yang sesuai dengan harapan mahasiswa, sarana dan prasarana perkuliahan yang sesuai dengan harapan mahasiswa, jaringan akses online yang sesuai dengan harapan mahasiswa, dan pembimbingan yang sesuai dengan harapan mahasiswa.

Menurut Mahmud (2012 : 63), berdasarkan hak-hak mahasiswa terkait layanan yang diberikan kepada mahasiswa sebagai pelanggan eksternal secara garis besar dikelompokkan sebagai berikut :

Layanan informasi, merupakan layanan diberikan dalam bentuk lisan, maupun tertulis, yang dapat diterima melalui kontak langsung atau tatap muka maupun informasi tertulis melalui berbagai buku pedoman, pedoman akademik, pedoman praktik kerja

lapangan, spanduk, brosur, mading, ataupun melalui media sosial seperti *facebook*, *whatsaapp*.

Layanan sarana dan prasarana, merupakan pemberian layanan dalam bentuk penyediaan sarana prasarana atau fasilitas fisik yang disajikan oleh PT mulai dari ruang kuliah, sarana pendukung, lahan parkir, ruang terbuka hijau, laboratorium, dan alat – alat pendukung perkuliahan seperti proyektor, LCD, AC dan peminjaman ruang kuliah, peminjaman penunjang belajar, seperti spidol, kabel listrik, proyektor, *port* kabel *HDMI*.

Layanan akademik, merupakan layanan surat-menyurat yang biasanya dibutuhkan mahasiswa seperti surat keterangan mahasiswa yang biasanya digunakan untuk pengajuan beasiswa, pengajuan tunjangan pensiun, surat keterangan cuti kuliah, surat permohonan izin praktik kerja lapangan, perpanjangan masa studi, pengajuan judul skripsi dan penetapan pembimbing, pelayanan percetakan pra transkrip, pengaturan jadwal perkuliahan.

Layanan bimbingan akademik, akademik diawali dengan orientasi pengenalan studi dan almamater yang ditujukan bagi mahasiswa baru, mahasiswa dibimbing oleh Dosen Penasehat Akademik (PA) selama masa kuliah diantaranya penyusunan rencana studi, penentuan mata kuliah, mengatasi masalah akademik mahasiswa, memonitor mahasiswa terkait pengisian KRS perbaikan KRS, memonitor kemajuan akademik mahasiswa, mengadakan pertemuan berkala minimal satu kali dalam tiap semester.

Layanan kesejahteraan mahasiswa, yaitu layanan pemberian beasiswa kepada mahasiswa yang berprestasi khususnya dari kalangan kurang mampu, serta pemberian keringanan UKT.

### C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian *deskriptif* kuantitatif yang akan mengkaji data secara mendalam. Sedangkan metode kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari berbagai variabel yang menjadi objek penelitian. Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independen atau variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Pelayanan Administrasi Akademik. Variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah variabel yang besar kecilnya tergantung pada nilai variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah Kepuasan Mahasiswa angkatan 2012.

Pelaksanaan penelitian ini bertempat di kampus UIN Alauddin Makassar, Jl.H.M. Yasin Limpo No.36. Samata – Gowa, Tlp. (0411) 841879, Fax. (0411) 8221400 tepatnya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Adapun waktu pengambilan data penelitian Insya Allah dilaksanakan selama satu bulan terhitung dari tanggal Maret – Mei 2019.

#### Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan definisi populasi yang telah diuraikan maka populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tahun 2018. Tabel Populasi Mahasiswa dibawah ini :

**Tabel 3.1**

#### **Penyebaran Populasi pada Mahasiswa Fakultas Dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Tahun 2019**

No	Jurusan	Populasi
1	BPI	418 Mahasiswa
2	KPI	466 Mahasiswa
3	MD	378 Mahasiswa
4	PMI	418 Mahasiswa
5	JURNALISTIK	391 Mahasiswa
6	MHU	109 Mahasiswa
7	KESOS	48 Mahasiswa
Jumlah		2.228 Mahasiswa

Sumber: Data bagian Akademik Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Alauddin Makassar 2019.

#### Sampel

Berdasarkan tabel populasi yang telah diuraikan sebelumnya maka, sampelnya yang akan diambil yaitu 99 Mahasiswa, berdasarkan penentuan jumlah sampel dengan metode Slovin dari populasi 2.228 orang mahasiswa, dengan taraf kesalahan 10% (Sugiono, 2012;91).

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{N(d^2)+1}$$

Dimana :  $n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$d$  = Batas kesalahan toleransi (10%)

penyelesaian :

$$n = \frac{N}{\frac{N(d^2) + 1}{2228}}$$

$$n = \frac{2228}{\frac{2228(10\%^2) + 1}{2228}}$$

$$n = \frac{2228}{\frac{2228(0.01) + 1}{2228}}$$

$$n = \frac{2228}{22,8} = 97,7 \text{ dibulatkan menjadi } 98 \text{ Sampel}$$

Berdasarkan penyelesaian diatas diketahui jumlah sampel sebanyak 281 sampel yang didapatkan dengan menggunakan rumus Slovin. Dengan jumlah sampel sebanyak itu, maka penyebaran sampel setiap jurusan dapat dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Penyebaran Sampel**

**Berdasarkan Populasi pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Tahun 2019**

No	Jurusan	Populasi	Sampel
1	BPI	418 Mahasiswa	18
2	KPI	466 Mahasiswa	22
3	MD	378 Mahasiswa	17
4	PMI	418 Mahasiswa	18
5	JURNALISTIK	391 Mahasiswa	17
6	MHU	109 Mahasiswa	5
7	KESOS	48 Mahasiswa	2
Jumlah		2.228 Mahasiswa	99

Sumber : Hasil Olah Data 2019

## Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a) Data primer (*primary data*), yaitu data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait.
- b) Data sekunder (*secondary data*), adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data sekunder sebagai pendukung data primer yang diperoleh melalui informasi termasuk artikel, website, jurnal maupun dari berbagai hasil penelitian sebelumnya.

## Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian ini, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan beberapa teknik, yaitu:

### a) Kuisioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian kuantitatif, data dalam penelitian ini harus diubah menjadi angka-angka. Untuk mengubah data-data tersebut menjadi angka, peneliti menggunakan skala *Likert*.

### 1) Uji Kualitas Instrumen

Uji instrument yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan Uji validitas dan reliabilitas dengan cara One Shot atau pengukuran sekali saja. Sebelum instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data perlu dilakukan pengujian validitas. Hal ini digunakan untuk mendapatkan data yang valid dari instrumen yang valid.

Pertimbangan penerimaan/penolakan validitas adalah dengan membandingkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang dinyatakan sebagai r-hitung dengan r- tabel.

Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Bila r-hitung (nilai *Corrected Item-Total Correlation*) bernilai positif dan lebih besar dari pada r-tabel ( $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ), maka butir atau variabel tersebut adalah valid.

- b. Bila  $r$ -hitung (nilai Corrected Item-Total Correlation) bernilai negatif dan atau dan nilai  $r$ -hitung  $< r$ -tabel, maka butir atau variabel tersebut adalah tidak valid

Pengujian terhadap masing masing Variabel instrumen dilakukan dengan cara *one shoot* yaitu dilakukan dengan satu kali pengambilan data, adapun hasil pengujian masing masing variabel instrumen diuraikan sebagai berikut:

### 2. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Pelayanan

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan suatu instrumen untuk mengukur sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrumen tersebut. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mencapai tujuan pengukurannya, yaitu mengukur yang ingin diukurnya dan mampu mengungkapkan apa yang ingin diungkapkan. Uji validitas yang digunakan yaitu analisis scale yang melihat Tabel item-total statistik dan pada kolom *corrected item-Total Correlation* kemudian dibandingkan dengan  $r_{\text{tabel}}$  (5%). Dikatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation*  $> r_{\text{tabel}} = 0,239$ .

- b) Wawancara

Teknik wawancara ini merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab atau percakapan dengan informan untuk memperoleh data yang diperlukan, baik dengan menggunakan daftar pertanyaan ataupun percakapan bebas yang berkaitan dengan permasalahan yang telah dirumuskan.

- c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.

### Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:  $Y = a + bX$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Terikat) X =  
Variabel independen (Bebas)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan).

#### D. PEMBAHASAN

Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel Pelayanan administrasi akademik terhadap variabel kepuasan mahasiswa. pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Setelah dihitung dengan menggunakan program SPSS 21, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Pengujian Regresi Sederhana**

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	489.119	1	489.119	42.756	.000
Residual	915.186	80	11.440	6	b
Total	1404.305	81			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan

Sumber: Hasil Olah Data 2016.

Pada bagian ini untuk menjelaskan apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel bebas (Pelayanan Administrasi Akademik) terhadap variabel terikat (Kepuasan Mahasiswa). Dari output tersebut terlihat bahwa F hitung = 42.756 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksikan variabel Kepuasan Mahasiswa.

Tabel 4.13

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.517	2.480		5.047	.000
Pelayanan	.569	.087	.590	6.539	.000

a. Dependent Variable: kepuasan

Pada Tabel Coefficients, pada kolom B pada Constant (a) adalah 12, 517 sedang nilai pelayanan (b) adalah 0,569 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = a + bX \text{ atau } 12,517 + 0,569 X$$

Nilai B Sebesar 0,569 dengan tanda Positif menunjukkan Arah hubungan yang searah, hal ini berarti apabila pelayanan (X) mengalami peningkatan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 56, 9 %, sebaliknya bila pelayanan (X) mengalami penurunan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan turun sebesar 56, 9 %, .

Uji Korelasi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (Pelayanan Administrasi Akademik) dengan variabel terikat (Kepuasan Mahasiswa) dan sebaliknya. Hubungan variabel X dan variabel Y bersifat :

- Positif, artinya jika variabel X naik, maka variabel Y naik.
- Negatif, Artinya jika variabel X naik, Maka variabel Y turun.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Untuk menjelaskan pengaruh variabel Bebas yaitu Pelayanan Administrasi Akademik dan variabel Terikat yaitu Kepuasan Mahasiswa perlu diketahui dahulu koefisien determinasi. Koefisien determinasi menunjukkan sumbangan pengaruh Pelayanan Administrasi Akademik (X) dan variabel Kepuasan Mahasiswa (Y) yaitu sebesar 0,348 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Pelayanan Administrasi Akademik) terhadap variabel terikat (Kepuasan Mahasiswa) adalah sebesar 34,8 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Pelayanan Administrasi Akademik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,539 dan  $t_{tabel}$  sebesar 0,239 yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai  $Sig = 0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dan dapat diartikan bahwa variabel Pelayanan Administrasi Akademik berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh penyedia layanan akan menyebabkan kepuasan pada pihak penerima layanan. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Menurut Parasuraman et al., dalam Lupiyoadi (2016 : 234), yang mengungkapkan bahwa kualitas jasa atau *service quality* (SERVQUAL), dibagi menjadi lima diantaranya:

1. Bukti fisik (*tangibles*), Penampilan sarana dan prasarana berupa fisik institusi atau PT dan keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa atau pihak institusi atau PT, seperti kondisi sarana akademik, ketersediaan sarana akademik.
2. Keandalan (*reliability*), merupakan kemampuan institusi atau PT untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, serta menginformasikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati, seperti ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan relevan atau sesuai yang dibutuhkan.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*), merupakan suatu sikap tanggap untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas, karena jika membiarkan mahasiswa menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan pandangan yang buruk dalam kualitas pelayanan maka dari itu harus memberikan informasi dan keterangan yang pasti.
4. Jaminan (*assurance*), merupakan pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para dosen atau staf institusi atau PT untuk menumbuhkan rasa percaya para mahasiswa kepada PT. Dalam menumbuhkan rasa percaya terhadap PT terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
5. Empati (*empathy*), merupakan pemberian perhatian yang bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada mahasiswa dengan berupaya memahami keinginan, dimana institusi atau perguruan tinggi diharapkan memiliki pengertian dan mengetahui tentang

mahasiswa yaitu memahami kebutuhan mahasiswa secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian nyaman bagi mahasiswa.

Oleh karena itu, menurut peneliti penyedia layanan harus membiasakan diri dalam memberikan layanan yang maksimal. Kualitas layanan yang diberikan akan memberikan kepuasan tersendiri kepada setiap pihak yang menerima layanan.

## E. KESIMPULAN

Tanggapan mahasiswa sebagai responden terhadap Pelayanan Administrasi Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi diperoleh gambaran pelayanan Administrasi Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan persentase skor sebesar 70,48% berada dalam rentang 61%-80% atau berada dalam kategori pelayanan baik.

Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap Pelayanan Administrasi Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi diperoleh persentase skor sebesar 71,3 % berada dalam rentang 61%-80% atau berada dalam kategori memuaskan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Pelayanan Administrasi Akademik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,539 dan  $t_{tabel}$  sebesar 0,239 yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai Sig = 0,000 < 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dan dapat diartikan bahwa variabel Pelayanan Administrasi Akademik berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Zaeni, *Pengaruh Kualitas Pelayanan (service quality) terhadap Kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang*.
- Alek Abdan Syakuro, “*Pengaruh Peningkatan Pelayanan dengan Prinsip-Prinsip Syariah pada Rumah Sakit Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan; Studi Kasus pada RSI Sultan Agung Semarang*”, (Semarang: Ilmu Ekonomi Islam Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo, 2010).
- Darussalam, *Etika Bisnis dalam Perspektif hadist* (Makassar: Alauddin University perss,2011).
- Irawan, Handi, *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Gramedia, 2003).
- J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006).
- Kuncoro, Mudrajat, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3*, (Jakarta: Erlangga, 2009).
- M. Daryanto, *Administrasi Pendidikan*, Cet. 6, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).
- M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).

- Muafi & Siswanti, Y, (2007). *Anteseden Ekuitas Merek Perguruan Tinggi: SEM dengan Pendekatan Two Step*". Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia. No. 03 TH. XXXVI.
- Muhammad Djakfar, *Agama Etika dan Ekonomi; Wacana menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, (Malang: UIN-Malang perss, 2007).
- Muhammad Tjoko Triono, "*Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Administrasi Akademik Fakultas Tarbiah IAIN Walisongo*, (Semarang: Fakultas Tarbiah Institut agama Islam Negeri, Walisongo, 2012).
- Ninik Sugih Hartini, "*Pelaksanaan Sistem Administrasi Akademik di Politeknik Seni*, (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta September, 2010).
- Notoatmodjo Soekidjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Asdi Mahasatya, 2003).
- Parasuraman, A. Valerie, (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. New York, The Free Press, 2001
- Panji, N., A. (2007). *Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Yang mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi "Aub" Surakarta*.
- Prihantoro, A. (2012). *Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Asekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung*. Jurnal Otonomi Vol. 12 No.1..
- Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran – Principles of marketing*, edisi VII, 1997. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Jakarta, 1995.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi; dilengkapi dengan Metode R&D*. (Bandung: Alfabet, 2012).
- Supranto. J , *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006).
- Suranto, *Manajemen Mutu Dalam Pendidikan*, (Semarang: CV. Ghyyas Putra, 2009). Syamsuddin, *Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Jasa*, Bandung: Tarsito, 1999. Tirtomulyo, Abadi, *Peningkatan Kepuasan Konsumen dalam Tinjauan Pemasaran Jasa*, Jakarta: Rajawali Press, 1999.
- Tjiptono, Fandy, *Kepuasan dalam Pelayanan*, Jakarta: Salemba Empat, 2004. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik, Standar Pelayanan Publik
- Yamit Zulhan, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonisa, 2001). Yong, C.Z., Yun, Y.W., Loh, L., (Diterjemahkan oleh Sutanto), *The Quest for Global Quality*, Jakarta: Pustaka Delapratasa.
- Zeithaml, Bitner (Diterjemahkan oleh Purwoko) *The Concept of Customer Satisfaction*. The McGraw-Hill Companies. Inc. USA, 1990.