BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini paradigma dalam memandang pendidikan sudah mulai bergeser, yang awalnya pendidikan hanya dilihat dan dikaji dari aspek sosial. Namun, saat ini orang melihat pendidikan lebih pada sebuah *corporate*. Artinya, lembaga pendidikan dipahami sebagai organisasi produksi yang mensghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen (Mundir, 2016). Para konsumen jasa lembaga pendidikan saat ini telah menyadari dan membutuhkan kepuasan tersendiri artinya para konsumen telah mempunyai harapan tertentu yang akan mereka dapat dari jasa yang akan mereka terima.

Menurut Kotler dalam (Bahrudin, 2015) secara umum kepuasan kosumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari kesannya terhadap hasil suatu produk/ jasa dan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen adalah seluruh sikap yang ditunjukan konsumen terhadap barang atau jasa setelah mereka mendapatkan atau menggunakanya, hal ini merupakan penilaian yang bersifat *evaluative* setelah pembelian dan pengalaman menggunakan barang atau jasa.

Di antara manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas konsumen tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran konsumen, mengurangi sensitivitas kosumen terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Dwi Aryani, 2010). Menurut Alan Dutka *grand teori* (2008) dalam (Anshar Rahman Mas'ud, 2018) yaitu *"Customer satisfaction is not just the name of department to customer satisfaction must be demonstrated throughout the company and integrated into all phases of the business"* maka ia menetapkan penilaian kepuasan konsumen ini dapat diukur menggunakan tiga atribut antara lain, yang pertama diukur dari kualitas produk, yang kedua pelayanan dan yang terakhir yang berhubungan dengan pembelian.

Dinny Jamilah, 2022
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (SERVQUAL) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LAYANAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (PONDOK PESANTREN)
Universitas Pendidikan Indonesia │repository.upi.edu │perpustakaan.upi.edu

Di dalam industri Pendidikan khususnya jasa Pendidikan kegunaan kepuasan konsumen ini berkaitan erat dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan orangtua siswa/santri merupakan hal penting yang perlu diketahui oleh pengelola layanan Lembaga Pendidikan. Pengetahuan mengenai kepuasan orangtua dilaksanakan sebagai usaha Lembaga Pendidikan untuk mengetahui sejauh mana kinerja dalam lingkungan internal sekolah berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan Pendidikan yang diberikan dengan tujuan untuk menghasilkan kepuasan terhadap orangtua siswa sebagai konsumen eksternal dan siswanya itu sendiri sebagai konsumen internal (Tika Nirmala Sari, 2020). Kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan adalah elemen penting yang harus dipertanggung jawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Iwan Carialy Irawan, 2020). Elemen tersebut perlu ditingkatkan secara terus menerus, tidak hanya kualitas pelayanan diperusahaan profit tetapi juga diperusahaan jasa ataupun lembaga karena melihat perkembangan dunia Pendidikan di Indonesia saat ini snagat pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya berdiri sekolah-sekolah swasta baik berskala nasional sampai skala internasional (Sanjaya, 2020).

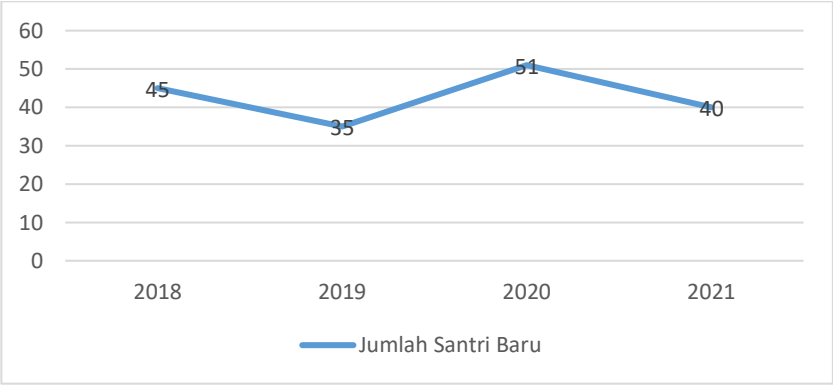
Kepuasan konsumen dibutuhkan lembaga pendidikan untuk mempertahankan dan mendapat konsumen baru. Orang tua siswa sebagai konsumen eksternal mempunyai kriteria dalam memilih sekolah untuk anaknya. Indikator dalam mengukur kepuasan konsumen dalam jasa pendidikan dalam hal ini adalah siswa dan orangtua sebagai konsumen eksternal diantaranya, kurikulum, program kegiatan, sarana prasarana, biaya pendidikan, staf pengajar, kepemimpinan kepala sekolah atau ketua lembaga pendidikan, prestasi sekolah, *image* masyarakat tentang sekolah, lokasi sekolah atau lembaga pendidikan tersebut, dan lingkungan lembaga pendidikan. Seperti dalam penelitian Deny (2017) dalam kurun waktu tiga tahun terakhir SMA Yasporbi mengalami penurunan jumlah siswa baru, mengingat hal itu maka diperlukan adanya pencarian secara konsisten terhadap perbaikan yang berkelanjutan (*continuous improvement)* terhadap kualitas layanan yan diberikan untuk mencapai kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Maka, pihak lembaga mengharapkan adanya perbaikan kepuasan semua stakeholder yang terkait dengan layanan akademik kemudian dapat

meningkatkan jumlah calon siswa baru. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyesuaikan harapan konsumen (Doni Marlius, 2019)

Salah satu lembaga pendidikan Islam terbesar di Jawa Barat yakni Pondok Pesantren Cipasung merupakan salah satu pondok pesantren tertua yang berdiri pada tahun 1931, alumni pesantren ini sudah tersebar ke penjuru nusantara bahkan dunia. Pesantren Cipasung berada di Desa Cipakat, Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya. Pondok pesantren Cipasung didirikan oleh almarhum KH. Ruhiat. Pesantren Cipasung merupakan salah satu pondok pesantren yang berciri khas Salafy (memperdalam kitab kuning). Selain itu, pondok pesantren Cipasung menyediakan pendidikan formal mulai jenjang PAUD, TK Islam, Madrasah Diniyah, MI, MTs, SMP Islam, SMA Islam, SMK Islam, MAN, hingga perguruan tinggi seperti IAIC, STTC, UNCI, dan Pascasarjana IAIC. Disamping itu, pondok pesantren ini juga memiliki fasilitas penunjang kegiatan belajar dan mengajar, termasuk masjid, aula, madrasah atau ruang belajar, perpustakaan, laboratorium bahasa, sekretariat, sarana olahraga, tenaga guru, mess untuk guru, wisma tamu, dapur umum, MCK atau WC, pos kesehatan pesantren, mobil kesehatan santri, hingga minimarket. Salah satu asrama putri di Pondok Pesantren Cipasung adalah Asrama Putri Esalama yang dipimpin oleh KH Abdul Chobir. Beliau merupakan alumni jurusan Fisika ITB yang kini menjadi salah satu Kiai di pondok pesantren Cipasung. Saat ini beliau juga menjabat sebagai Pimpinan Sekolah Tinggi Teknologi Cipasung. Di dalam asrama putri Esalama terdapat *segment-segment* yang ada dalam element penilaian kualitas pelayanan dan dapat diukur.

Salah satu faktor penting yang mesti diperhatikan oleh perusahaan ataupun suatu lembaga dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanannya (Sinollah, 2019). Kualitas pelayanan yang baik akan menaikkan tingkat kepuasan konsumen, dan konsumen yang puas juga melihat kualitas pelayanan yang diberikan apakah kualitas pelayanan sesuai dengan harapan atau tidak. Kepuasan konsumen pada lembaga pendidikan bisa dilihat dari jumlah siswa yang mendaftar dilembaga tersebut.

Berikut data santri baru yang mendaftar ke Asrama Putri Esalama empat tahun terakhir:



Gambar 1.1
Data Santri Baru Asrama Putri Esalama

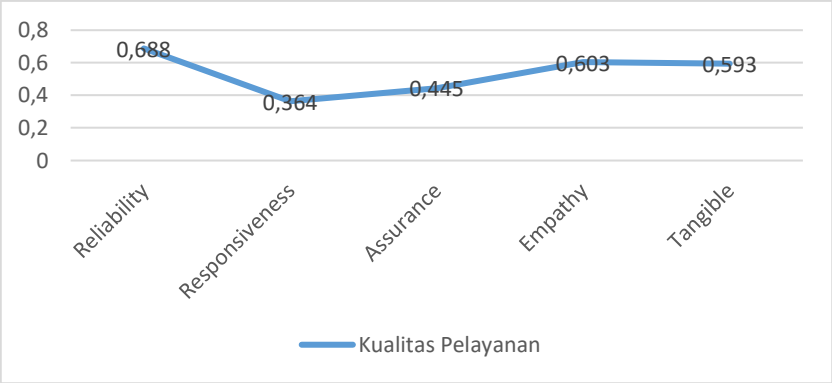
Data jumlah santri baru yang mendaftar menunjukan grafik yang fluktuatif selama empat tahun terakhir yaitu terdapat 45 santri baru di tahun 2018, kemudian terjadi penurunan ditahun berikutnya yaitu 35 santri di tahun 2019 dan pada tahun 2020 terjadi kenaikan jumlah santri baru yaitu hingga 51 santri baru yang mandaftar dan yang terbaru pada tahun ajaran 2021 mengalami penurunan kembali dari tahun sebelumnya yaitu 40 santri baru. Hal tersebut terjadi karena dipengaruhi salah satunya oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak lembaga kepada konsumennya yaitu santri.

Berdasarkan hasil preliminary survey atau pra survey diketahui bahwa santri yang gugur atau keluar dari asrama sebelum lulus dikarenakan beberapa faktor diantaranya aturan yang ketat, makan dengan lauk yang sederhana, saat badan tidak fit atau sakit dan tidak hafal materi pelajaran. Adapun faktor lainnya berdasarkan pra survey yaitu minimnya pengawasan pengurus, merasa tidak diperhatikan oleh pengurus dan guru ketika menjadi bulan-bulanan teman, merasakan kesenjangan dalam menerapkan aturan, merasa hampa dengan kegiatan sehari-hari karena program yang monoton, manajemen yang tidak teratur seperti melarang kegunaan tempat karena alasan yang tidak pasrti, ketidakmampuan pihak lembaga dalam mengatasi kesehatan santri tidak mampu menyediakan pengobatan atau Tindakan cepat tanggap

pada santri sehingga mnyebabkan santri merasa tidak betah dan akhirnya memutuskan keluar pesantren.

Peningkatan kualitas pelayanan bertujuan untuk menciptakan pelayanan yang baik dan berkualitas agar dapat sesuai dengan harapan masyarakat, hal ini akan menguntungkan pihak lembaga pendidikan karena hasil evaluasi kuisioner ini dapat dijadikan pedoman peningkatan kualitas pelayanan lembaga pendidikan tersebut (Nurholifatu Masruroh, 2020). Santri dari lembaga pendidikan tersebut akan merasa puas dengan layanan yang diberikan kepada mereka. Afif (2016) menekankan hal penting yang perlu mendapat perhatian khusus dalam mengukur kepuasan konsumen dalam jasa pendidikan adalah kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan tersebut. Yang dimaksud kualitas layanan (*service quality*) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan mengukur jasa yang diberikan dengan harapan konsumen. Jika suatu lembaga pendidikan melaksanakan pengukuran kualitas layanan terhadap konsumennya, artinya pihak perusahaan atau lembaga telah melakukan kompromi dengan harapan konsumen menggunakan tata cara yang konsisten (Maulana, 2016).

Parasuraman dalam Indrawati (2011) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi pokok kualitas pelayanan jasa, yaitu: (1) kemampuan yang dapat diandalkan (*reliability).* (2) kemampuan untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan segera *(responsiveness).* (3) kemampuan pengetahuan dan kesopanan yang dimiliki para karyawan dalam memberikan pelayanan, sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan tidak menimbulkan keraguan konsumen atas pelayanan (*assurance).* (4) perhatian yang bersifat pribadi kepada konsumen (*empaty).* (5) penampilan fisik, perlengkapan/peralatan, penampilan personil dan media komunikasi yang dapat diandalkan merupakan bukti nyata pelayanan yang di berikan (*tangibel).*



Gambar 1.2
Data Grafik Kualitas Pelayanan

Dalam penelitian ini pengujian pertama, dilakukan terhadap hipotesis satu yaitu *reliability* memiliki hubungan positif dengan kepuasan konsumen. Dari hasil korelasi dalam pengujian pertama ini ditemukan bahwa hubungan positif dengan nilai signifikansi = 0,000 (p< 0,05), dan nilai koefisien sebesar 0,688. dengan demikian hipotesis satu didukung. Pengujian kedua, dilakukan terhadap hipotesis dua yaitu *responsiveness* memiliki hubungan positif dengan kepuasan konsumen. Dari hasil korelasi dalam pengujian kedua ini ditemukan bahwa hubungan positif dengan nilai signifikansi = 0,000 (p< 0,05), dan nilai koefisien sebesar 0,364. dengan demikian hipotesis dua didukung. Pengujian ketiga dilakukan terhadap hipotesis tiga yaitu *assurance* memiliki hubungan positif dengan kepuasan konsumen. Dari hasil korelasi dalam pengujian ketiga ini ditemukan bahwa hubungan positif dengan nilai signifikansi = 0,000 (p< 0,05), dan nilai koefisien sebesar 0,445. dengan demikian hipotesis tiga didukung. Pengujian keempat ini dilakukan terhadap hipotesis empat yaitu *emphaty* memiliki hubungan positif dengan kepuasan konsumen. Dari hasil korelasi dalam pengujian keempat ini ditemukan bahwa hubungan positif dengan nilai signifikansi = 0,000 (p< 0,05), dan nilai koefisien sebesar 0,603. dengan demikian hipotesis empat didukung. Sedangkan untuk pengujian kelima dilakukan terhada hipotesis lima yaitu *tangible* memiliki hubungan positif dengan kepuasan konsumen. Dari hasil korelasi dalam pengujian kelima ini ditemukan bahwa hubungan positif

dengan nilai signifikansi = 0,000 (p< 0,05), dan nilai koefisien sebesar 0,593. dengan demikian hipotesis lima didukung.

Hasil penelitian ini menunjukkan dimensi kualitas layanan diantaralain *reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible* memiliki hubungan positif dengan kepuasan konsumen. Artinya, semakin baik dimensi kualitas layanan diterapkan maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen (Rintar, 2011).

Di dalam penelitian mengenai kualitas pelayanan, Indrawati (2011) mengemukakan bahwa secara parsial dan simultan kualitas pelayanan jasa dengan indikator penilian *servqual* (*reability/* keandalan, *responsiveness/* daya tanggap, *assurance*/ jaminan, *empaty/* empati, dan *tangibel*/ bukti langsung) yang diberikan oleh lembaga pendidikan berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian ini juga menghasilkan temuan bahwa Lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di Kota Malang belum sepenuhnya memuaskan konsumen, karena harapan konsumen masih lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja yang ditunjukkan oleh lembaga-lembaga tersebut. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Ningsih (2012), pada dimensi *tangible, empathy, reliability, responsiveness,* dan *assurance* terhadap kepuasan konsumen pada LPK SOLOCOM hasilnya semakin baik pelaksanaan dimensi kualitas jasa pendidikan *tangible, empathy, reliability, responsiveness,* dan *assurance* maka akan makin tinggi pula kepuasan konsumen di LPK SOLOCOM. Namun di dalam penelitian sebelumnya, peneliti tidak menjabarkan hasil dari kepuasan siswanya dilihat dari pendaftar yang meningkat atau menurun disetiap tahunnya.

Dari uraian di atas, maka kepuasan konsumen adalah perasaan atau sikap konsumen terhadap produk/jasa setelah digunakannya produk lalu disesuaikan dengan harapan dan permintaan konsumen. Maka judul penelitian ini adalah **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (SERVQUAL) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LAYANAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (PONDOK PESANTREN) STUDI KASUS PADA ASRAMA PUTRI ESALAMA PONDOK PESANTREN CIPASUNG.**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan Asrama Putri Esa Lama Pondok Pesantren Cipasung?
2. Bagaimana gambaran kepuasan santri Asrama Putri Esa Lama Pondok Pesantren Cipasung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan Asrama Putri Esalama Pondok Pesantren Cipasung terhadap kepuasan konsumen (santri)?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan masalah yang telah ada, maka tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan:

1. Untuk mengetahui gambaran umum kualitas pelayanan Asrama Putri Esa Lama Pondok Pesantren Cipasung.
2. Untuk mengetahui gambaran umum kepuasan santri Asrama Putri Esa Lama Pondok Pesantren Cipasung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) dalam peningkatan kepuasan santri Asrama Putri Esalama Pondok Pesantren Cipasung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
   a. Dalam akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman tentang kualitas pelayanan (*servqual*) dan segala komponen yang mempengaruhinya.
   b. Manfaat bagi penulis, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis dalam menerapkan pengetahuan mengenai penelitian ini.

c. Manfaat bagi pembaca, diharapkan dapat dijadikan acuan data awal untuk mendapatkan data-data yang lainnya yang lebih komprehensip di dalam penelitian yang bersinggungan dengan pokok bahasan dalam penelitian ini.

2. Kegunaan Praktis
   a. Manfaat bagi Pondok Pesantren, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan acuan kepada pihak Pondok Pesantren dalam mengembangkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan santri.
   b. Manfaat bagi pembaca, diharapkan dapat dijadikan acuan data awal untuk mendapatkan data-data yang lainnya yang lebih komprehensip di dalam penelitian yang bersinggungan dengan pokok bahasan dalam penelitian ini.