

## ANALISIS PENGARUH KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PROSES PEMBELAJARAN SECARA *E-LEARNING*

**Haryadi Sarjono**

*Email:* [haryadisarjono@yahoo.com](mailto:haryadisarjono@yahoo.com)

### **Penulis**

**Haryadi Sarjono** adalah staf pengajar tetap di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Bina Nusantara, Jakarta. Bidang peminatan: manajemen sains, studi kelayakan bisnis dan ekonomi.

### **Abstract**

*One of the strategies in improving satisfaction of clients is getting direct input from customers (which in this case, the students of Management Department, UBM) through questionnaires on the process of studying by e-learning. The type of research is descriptive research which makes use of a descriptive survey.*

*The results of this research show that the majority of customers are not satisfied on some aspects of studying by e-learning. The biggest gap there is in indicator 7, namely the lecturers are lazy in using e-learning for the teaching-learning process. By using Cartesius diagram, it is found that the indicators in quadrant A are 6, 7 and 11, for quadrant B: 1, 4, 5, 9, 10 and 12, while for quadrant C: 2, 3 and 8. There is no indicators in quadrant D.*

### **Key Words**

*Customer Satisfaction, Cartesius Diagram, Teaching Process, E-learning*

## PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan alat yang paling efektif untuk mengubah manusia, dampak pendidikan dalam pembentukan kualitas manusia dua atau tiga kali lebih kuat bila dibandingkan dengan yang lain. (Inkeles dan Smith, 1994 : 304).

Perguruan tinggi merupakan lembaga utama dalam mencapai tujuan program pendidikan. Dalam kenyataan keberhasilan pada tingkat ini justru yang menentukan keberhasilan pelaksanaan Program Pendidikan Nasional, oleh karena itu pemberdayaan perguruan tinggi sebagai unit pendidikan yang secara langsung mengelola peserta didik, diharapkan akan lebih meningkat efisiensi dan efektifitasnya dalam program pembangunan pendidikan di masa datang.

Dewasa ini sangat dirasakan kebutuhan lulusan perguruan tinggi yang mempunyai paradigma global (*World Class*) dengan jati diri bangsa Indonesia serta kemampuan menjalin jaringan kerja (*networking*) yang dapat merebut persaingan global di milenium ketiga nantinya. Salah satunya diperlukan fasilitas yang menunjang ke arah tujuan paradigma global, yaitu dengan cara belajar yang berubah, yang sebelumnya secara tradisional, dimana pendidik (Dosen) sebagai *teacher/instruktur* dan cara belajar seperti ini dikenal dengan istilah TCL (*Teacher Center Learning*), sekarang dosen bertindak hanya sebagai mediator saja, dimana mahasiswa akan lebih berperan aktif. Mereka bisa mengakses pengetahuan dari berbagai media, cara pembelajarannya pun menjadi komunikasi 2 arah. Model pembelajaran seperti inilah yang sekarang sedang dikembangkan oleh Universitas Bunda Mulia dan dikenal dengan nama SCL (*Student Center Learning*).

### Perumusan Masalah

Permasalahan yang ada adalah apa penyebab mahasiswa relatif kurang berminat menggunakan/memakai dan mengaplikasikan proses pembelajaran secara *e-learning (Learning Management System)*, baik didalam kelas maupun diluar kampus, seperti mencari (*searching*) tugas mandiri, menjawab atau mengajukan pertanyaan dari dosen dan atau sesama teman kuliah, mendownload bahan/materi kuliah dan lain-lainnya.



Penelitian ini akan melihat dari dua konstelasi kemampuan pembelajaran baik dari komunikan (penerima informasi) yaitu mahasiswa dan komunikator (penyampai informasi) yaitu dosen, maka perumusan masalahnya adalah :

1. Faktor-faktor atau indicator apa saja yang mempengaruhi pelanggan (Mahasiswa jurusan Manajemen UBM) dalam menentukan kepuasannya terhadap Kinerja Universitasnya,
2. Bagaimanakah perbandingan antara kepuasan pelanggan/mahasiswa jurusan Manajemen UBM terhadap kinerja Universitasnya?

## **LANDASAN TEORI**

### **Konsep Pendidikan secara Umum**

Pendidikan adalah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan latihan (Kamus besar Bahasa Indonesia, 1996, p.204). Sementara dalam Undang-undang No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 1, ayat 1, menyebutkan :

*“Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spriritual keagamaan, pengembangan diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara”*

Dengan demikian pendidikan adalah suatu proses pengembangan manusia hingga manusia itu tumbuh optimal sebagai manusia yang beradab tinggi.

### **Konsep Pendidikan di Perguruan Tinggi**

Peraturan Pemerintah RI no. 232 tahun 2000, tentang Pendidikan Tinggi, pasal 1, ayat 1, menyatakan bahwa :

*“Pendidikan Tinggi adalah kelanjutan pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan/atau profesioanl yang dapat*

*menerapkan, mengembangkan dan/atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau kesenian”*

PT dalam hal ini perlu menyusun Rencana Strategis (Renstra) jangka panjang untuk merealisasikan Visi dan Misi Perguruan Tinggi tersebut yang tentunya sejalan dengan Visi dan Misi pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia. Dari rencana strategis tersebut kemudian diturunkan menjadi Rencana Operasional (Renop) yang diimplementasikan setiap tahun.

### **Keberhasilan Perguruan Tinggi**

Soetisna (2000, p.8) menyatakan bahwa keberhasilan pendidikan merupakan suatu tingkat kemampuan mengadakan dan menyajikan jasa pendidikan sesuai kebutuhan pelanggan. Hingga kini keberhasilan PT, masih diukur berdasarkan jumlah lulusannya dan IPK (Indeks Prestasi Kumulatif) lulusan tersebut. Mutu lulusan belum secara serius dan sistematis dipertimbangkan apakah sesuai dengan kebutuhan pelanggan, terutama pelanggan tersier.

### **Pengelolaan Perguruan Tinggi**

Pengelola Perguruan Tinggi menyangkut pengelolaan Sumber Daya Manusia (Dosen, Mahasiswa, pegawai administrasi, orang tua mahasiswa dan masyarakat sekitar Perguruan Tinggi), sumber daya fisik (sarana dan prasarana pendidikan), sumber daya keuangan, baik berasal dari Pemerintah, mahasiswa dan orang tua siswa, masyarakat penyumbang, maupun dari usaha sendiri, dan sumber daya informasi.

### **Konsep Organisasi**

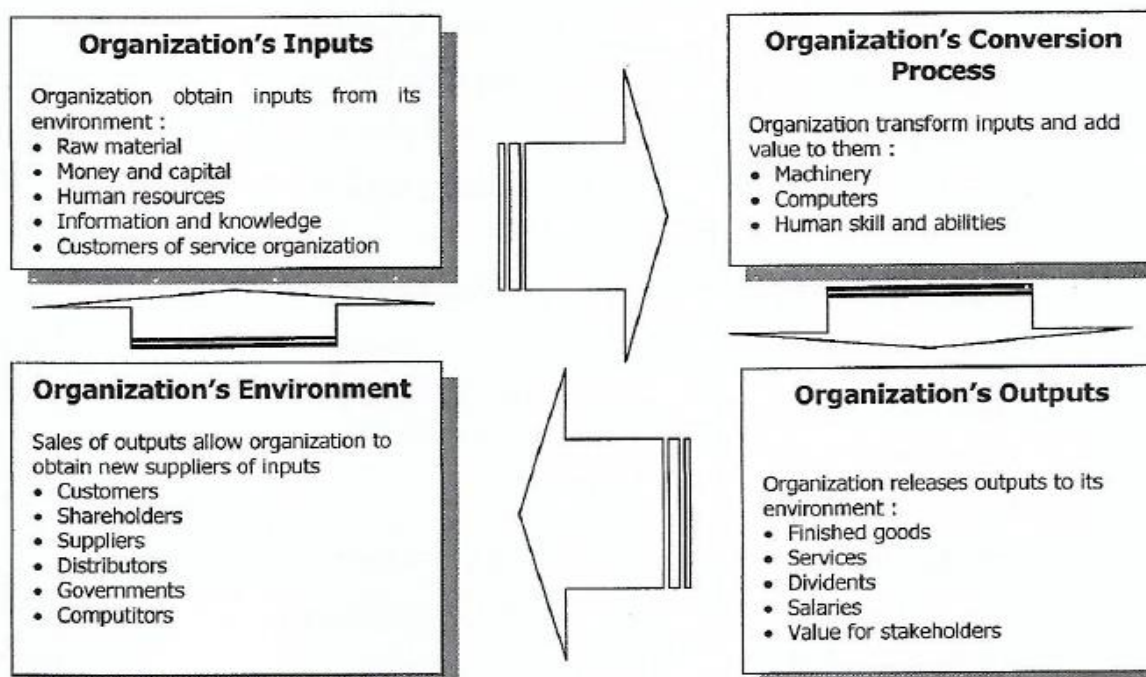
Jones (1995, p.4), menyatakan bahwa organisasi adalah suatu alat yang digunakan oleh manusia baik secara individu maupun secara kelompok untuk mencapai tujuannya.



Suatu organisasi mengandung kumpulan pengetahuan, nilai-nilai dan pandangan orang secara sadar, berusaha untuk memperoleh sesuatu yang mereka inginkan atau yang berharga.

Gambar 1

Bagaimana suatu organisasi menciptakan nilai-nilai



Sumber : G.R. Jones. Organizational Theory (1995 : 7)

### Pengertian Jasa

Menurut Kotler (2002, p.134) jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *Intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001, p.5), jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang

dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

### **Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Irawan (2002, p.2-4), kepuasan Pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru akan membrikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi.

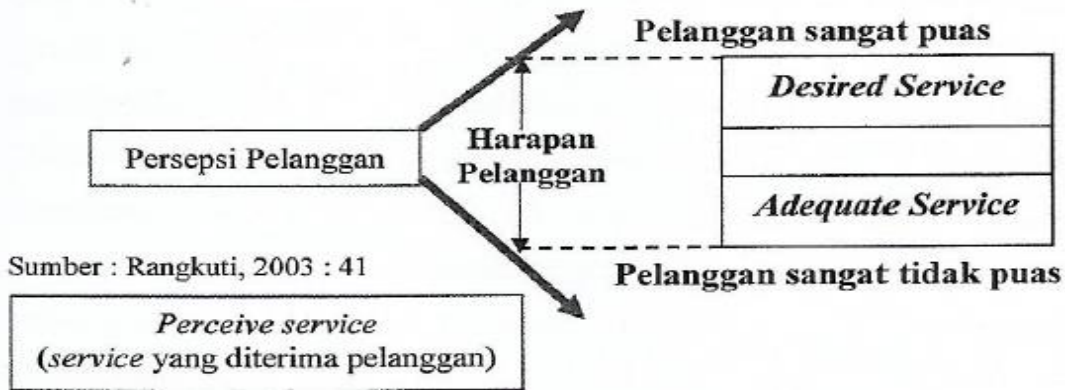
### **Faktor-faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan**

Menurut Irawan (2002, p.37-40), faktor-faktor pendorong kepuasaan pelanggan terbagi menjadi lima, yairu Kualitas produk, Harga, *Service Quality*, *Emotional Factor* dan Kemudahan

### **Model Gap (Kesenjangan) Kepuasan Pelanggan**

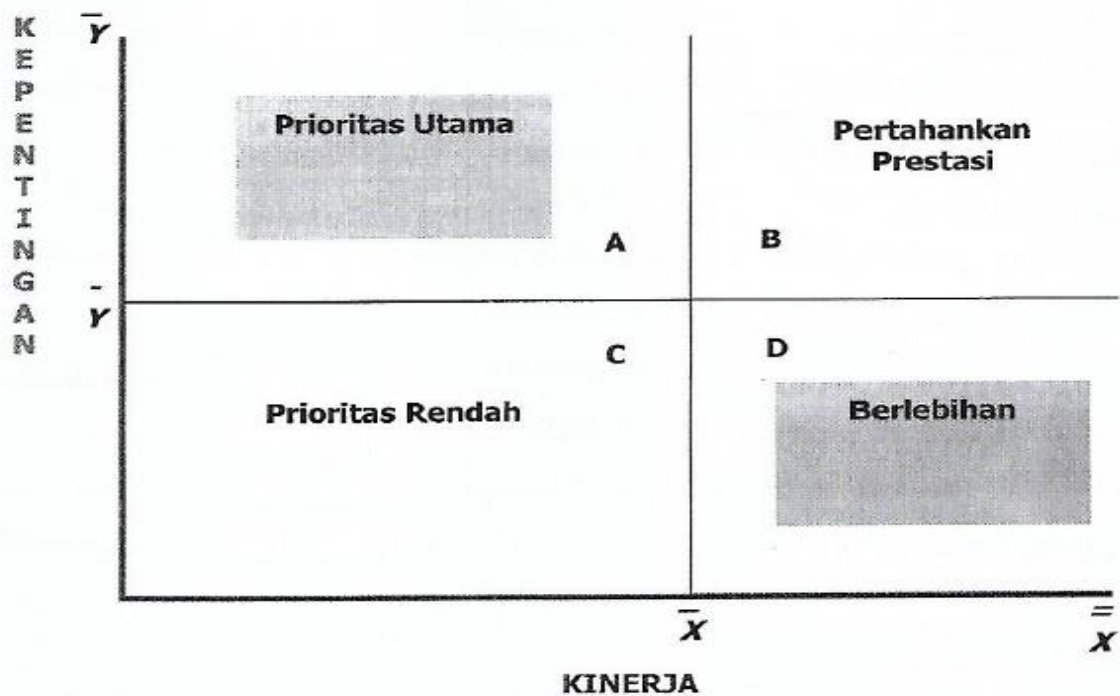
Menurut Rangkuti (2003, p.40) kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat kepentingan pelanggan sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi pelanggan terhadap jasa tersebut setelah pelanggan merasakan kinerja jasa tersebut

**Gambar 2**  
**Diagram Proses Kepuasan Pelanggan**



Sumber : Rangkuti, 2003 : 41

**Gambar 3. Diagram Kartesius**  
**Diagram Kartesius**



Sumber : Supranto, 2001 : 242



## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Tujuan Operasional Penelitian**

Tujuan operasional dari penelitian ini adalah untuk mencari fakta dengan deskripsi yang tepat guna mencari gambaran yang sistematis, fakta dan akurat tentang ketidak sesuaian antara harapan dan kenyataan/kinerja kemampuan pembelajaran dosen secara *e-learning* yang dilihat dari hanya dari sudut pandang menurut persepsi mahasiswa.

### **Tempat dan Waktu pengumpulan Data**

Penelitian ini sepenuhnya dilaksanakan di Kampus Universitas Bunda Mulia, jalan Lodan Raya 2, Jakarta Utara 14430 yang dimulai dari 02 January 2008 – 30 Januari 2008 dengan cara penyebaran kuesioner.

### **Objek Penelitian**

Semua Mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UBM (semester ganjil 2007/2008) yang sekarang sedang mengambil mata kuliah pada semester 1, dengan cara pembelajaran secara *e-learning* (LMS), total mahasiswanya = 127 orang, yang terdiri :

- Kelas 1 MMN1 : tercatat 15 mahasiswa yang mengisi kuesioner
- Kelas 1 PMN1 : 38 mahasiswa
- Kelas 1 PMN2 : 34 mahasiswa
- Kelas 1 PMN3 : 40 mahasiswa

## **METODE PENELITIAN.**

### **Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini, desain yang digunakan adalah riset deskriptif sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menguraikan sifat-sifat dari suatu keadaan.



### Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini mengacu kepada jumlah keberadaan responden untuk data jumlah mahasiswa dan dosen yang terlibat aktif dalam perkuliahan. Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif.

### Jenis dan Metode Penelitian

Dilihat dari tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peranan kinerja Universitas terhadap kepuasan pelanggan (Mahasiswa) jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, UBM, Jakarta Utara, maka jenis/bentuk penelitian adalah deskriptif. sehingga metode penelitian yang digunakan adalah *descriptive survey*.

Tabel 1.

Desain Penelitian Kepuasan Pelanggan Mahasiswa jurusan Manajemen

Tujuan Penelitian	Jenis Penelitian	Metode Penelitian	Unit Analysis
T1	Descriptive	<i>Descriptive Survey</i>	Individu → pelanggan Mahasiswa jur. MN. UBM
T2	Descriptive	<i>Descriptive Survey</i>	Organisasi → Pelanggan Mahasiswa jur. MN. UBM

Sumber : Data diolah penulis 2008

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data untuk keperluan penyusunan penelitian ini, cara yang digunakan adalah menggunakan yaitu data primer dan data sekunder (Kuncoro, Mudrajad, 2003, p.45-49)

**Tabel 2**  
**Sumber Data**

Jenis data	Sumber data	Digunakan untuk tujuan penelitian	
		T1	T2
Informasi mengenai jur. MN, UBM	Dokumen dari Situs <a href="http://www.bundamulia.ac.id">www.bundamulia.ac.id</a>	✓	
Informasi mengenai jur. MN, UBM secara keseluruhan	Data primer didapat melalui wawancara dan pengalaman pribadi selama mengajar	✓	✓
Informasi kinerja Universitas	Data primer didapat melalui kuesioner kepada pelanggan	✓	✓
Informasi kepuasan Pelanggan (mhs)	Data primer didapat melalui kuesioner kepada pelanggan	✓	✓

Sumber : UBM dan diolah penulis 2008

### **Teknik Analisa Data**

Metode yang digunakan untuk menganalisa data adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

### **Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Menurut Sugiyono (2004, p.109), Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.

Menurut Sugiyono (2000, p.110), Instrumen yang reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrument yang tidak reliable/konsisten.

Pada penelitian ini, uji reliabilitas alat ukur yang akan digunakan adalah dengan menggunakan *Cronbach Alpha* (Santoso, 2001, p.274-276)..

## ANALISIS PENELITIAN

### Gap Analisis

Dengan menggunakan skala likert, dapat dihitung nilai rata-rata bobot nilai Gap diperoleh dengan cara mengurangkan nilai rata-rata kinerja perusahaan dengan nilai harapan pelanggan.

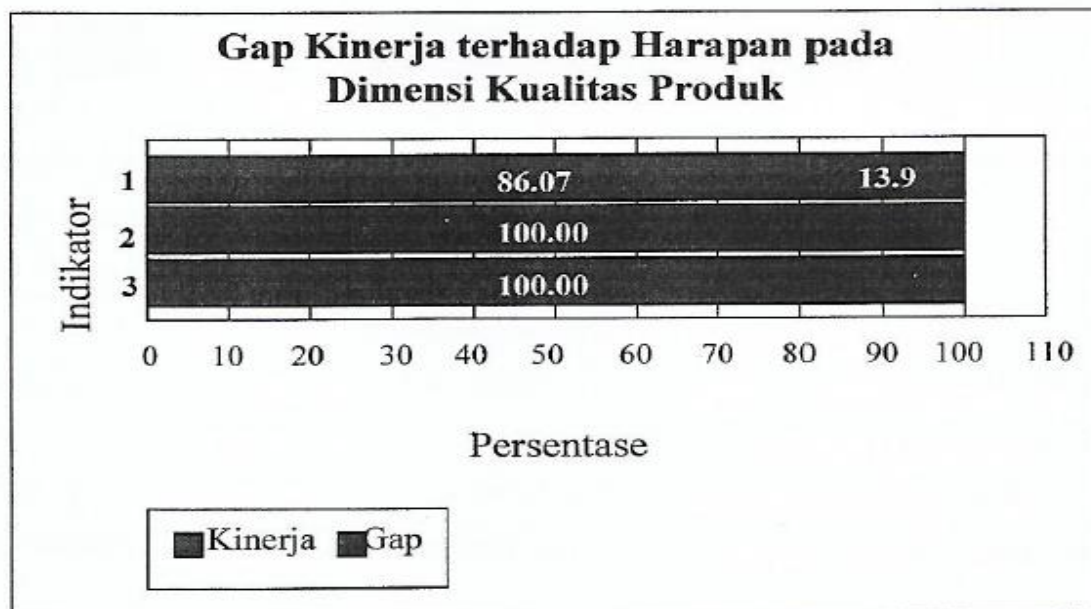
### Dimensi Kualitas Produk:

Dimensi Kualitas Produk ini terdiri dari :

- Indikator 1 : Akses masuk mudah
- Indikator 2 : Tampilan layar yang menarik
- Indikator 3 : Kecocokan warna yang digunakan

**Gambar 4**

**Grafik Persentase Gap pada Dimensi Kualitas Produk**



Sumber : Hasil pengolahan data primer (2008)



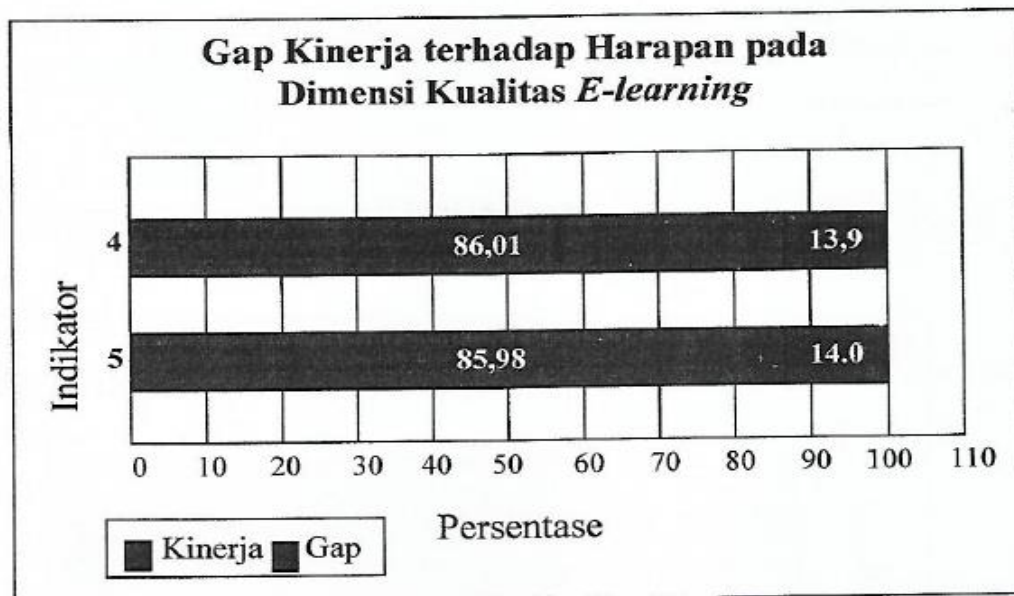
### Dimensi Kualitas *E-learning* UBM per-mata kuliah

Dimensi Kualitas *e-learning* UBM per-mata kuliah meliputi kalimat dan perintah yang disampaikan cukup jelas dan isi (konten) mata kuliah yang cukup lengkap adalah sebagai berikut :

- Indikator 4 : Kalimat dan perintah yang disampaikan cukup jelas
- Indikator 5 : Isi materi (konten) mata kuliah cukup lengkap

Gambar 5

Grafik Persentase Gap pada Dimensi Kualitas *E-learning*



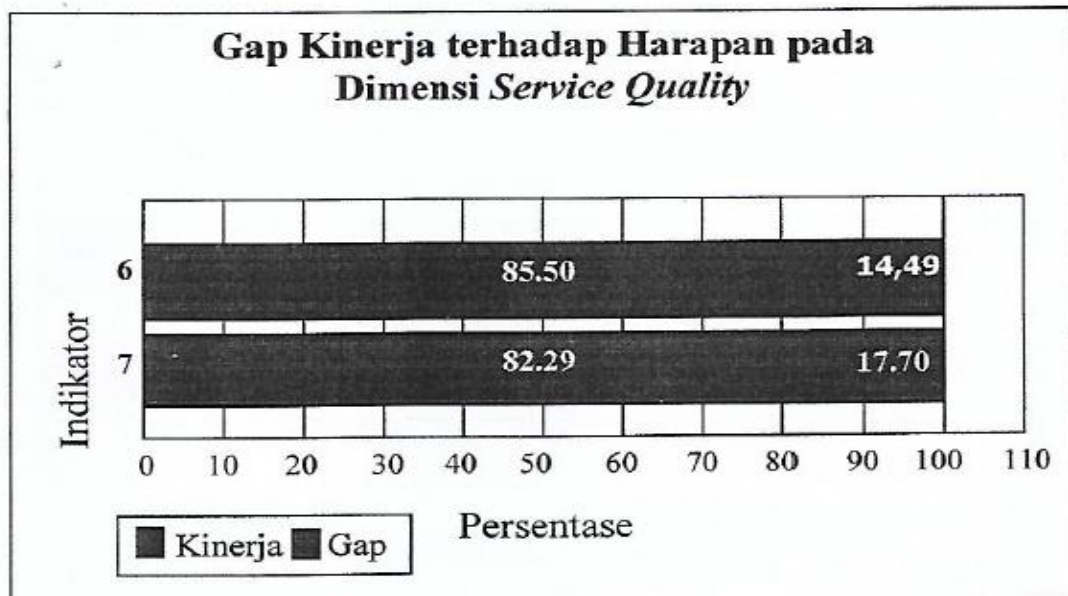
Sumber : Hasil pengolahan data primer (2008)

### Dimensi *Service Quality*

Dimensi ini menunjukkan tingkat *Service Quality* dalam melakukan transaksi pada pembelajaran secara *E-learning*, dimana Indikator pada dimensi *service quality* adalah :

- Indikator 6 : Koneksi web site UBM dapat diakses 24 jam /hari
- Indikator 7 : Dosen aktif menggunakan *e-learning*

**Gambar 6**  
**Grafik Presentase Gap pada Dimensi *Service Quality***



Sumber : Hasil pengolahan data primer (2008)

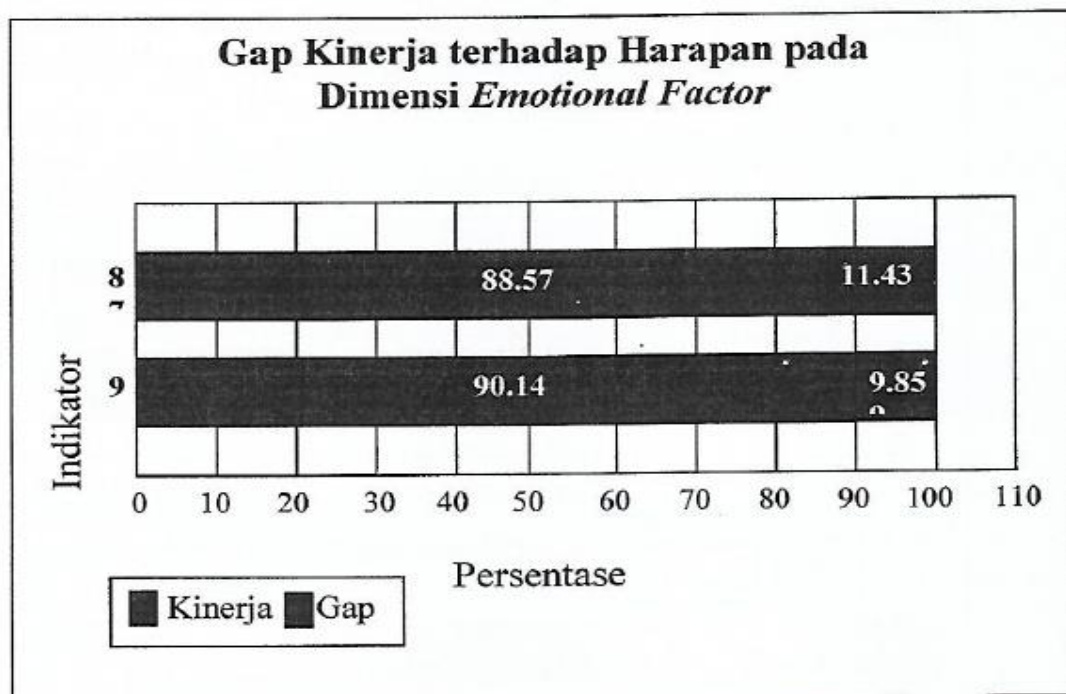
#### **Dimensi *Emotional Factor***

Dimensi ini berbicara tentang faktor emosi dari pelanggan (mahasiswa) dalam menggunakan pembelajaran secara *e-learning*. Indikator-indikator dimensi *emotional factor* antara lain adalah :

- Indikator 8 : Saya termotivasi untuk lebih giat belajar dengan adanya pembelajaran secara *e-learning*
- Indikator 9 : Memudahkan dalam mendapatkan bahan mata kuliah karena bisa lewat internet (*e-learning*)

Gambar 7

Grafik Presentase Gap pada Dimensi *Emotional Factor*



Sumber : Hasil pengolahan data primer (2008)

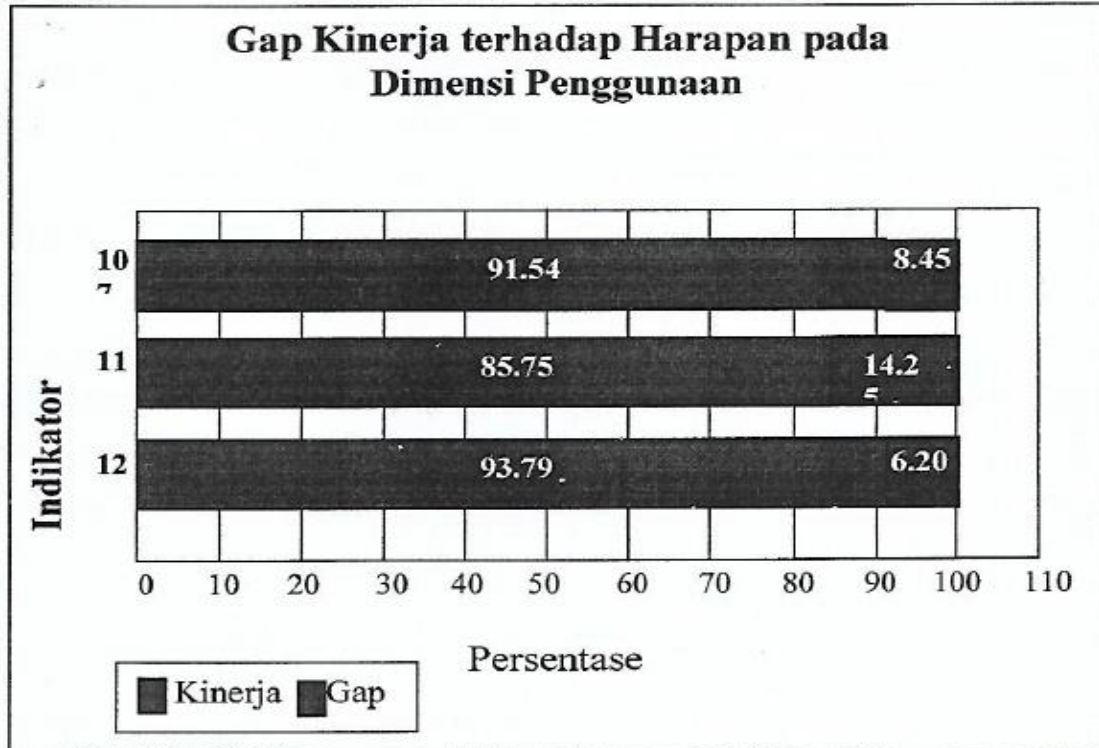
### Dimensi Penggunaan

Dimensi ini berupa penggunaan alat bantu secara *e-learning*

- Indikator 10 : Tugas yang diberikan dalam *e-learning* UBM membantu dalam pembelajaran
- Indikator 11 : Materi yang ada di *e-learning* UBM (web-site) mudah dipahami
- Indikator 12 : Memudahkan tanya jawab antar dosen dengan mahasiswa

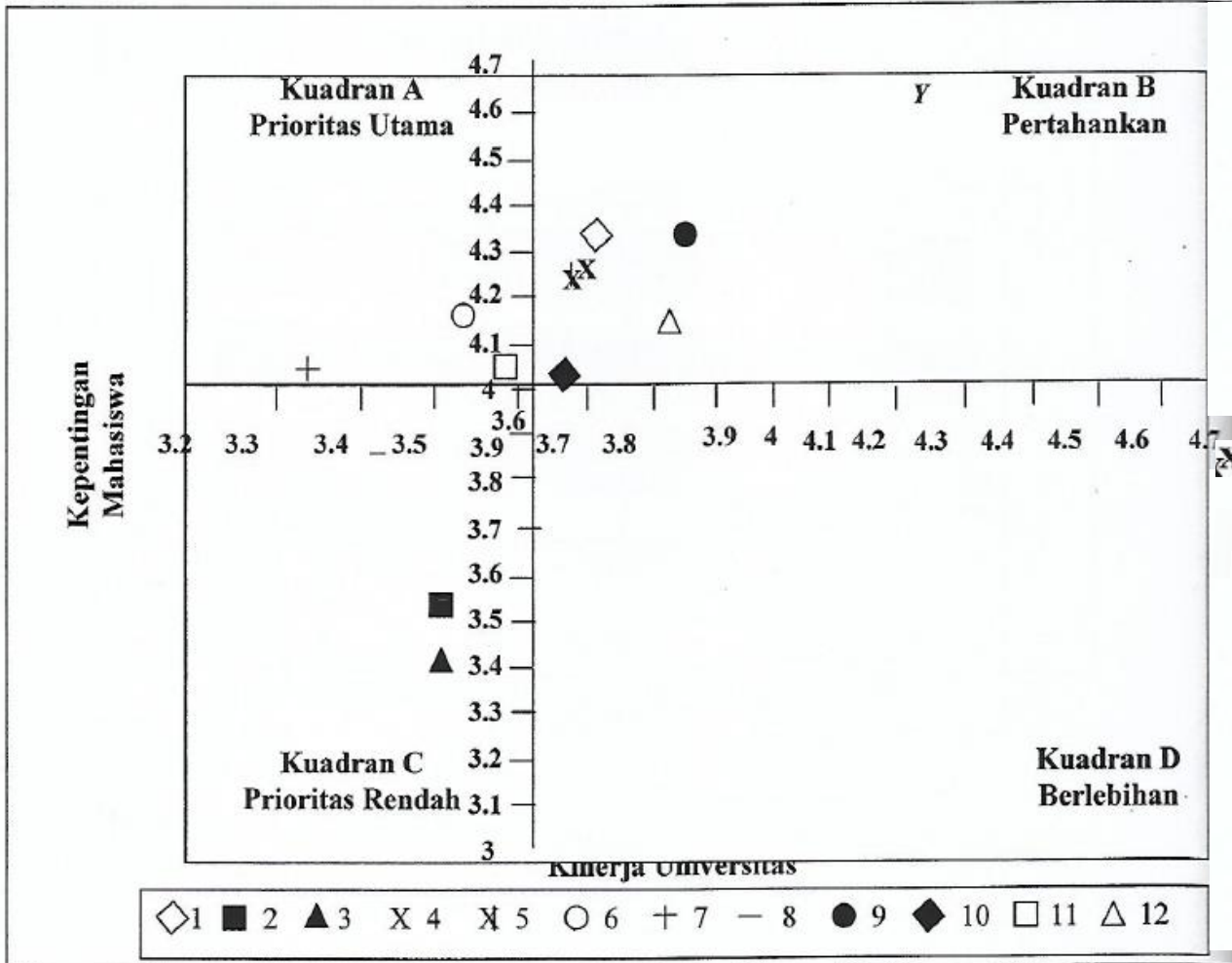


**Gambar 8**  
**Grafik Presentase Gap pada Dimensi Penggunaan**



Sumber : Hasil pengolahan data primer (2008)

Gambar 9  
 Diagram Kartesius dari Kinerja Universitas dan Kepentingan



Sumber : Hasil Penelitian 2008

### 1. KUADRAN A

Menunjukkan faktor-faktor atau indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (mahasiswa jurusan manajemen UBM) berada pada penanganan yang perlu diprioritaskan terhadap kinerjanya, karena faktor ini dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan. Faktor/indikator yang termasuk di dalam kuadran ini adalah indikator 6, 7 dan 11

## **2. KUADRAN B**

Pada Kuadran B, terlihat factor-faktor atau indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (mahasiswa jurusan manajemen UBM) harus tetap dipertahankan, karena pada kuadran ini tingkat kinerja perusahaan telah sesuai dengan kepentingan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Faktor/indikator yang termasuk di dalam kuadran ini adalah Indikator **1, 4, 5, 9, 10 dan 12**

## **3. KUADRAN C**

Menunjukkan faktor/indikator yang dianggap kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja.

Faktor/indikator yang termasuk di dalam kuadran ini adalah Indikator **2, 3 dan 8**

## **4. KUADRAN D**

Faktor/indikator pada kuadran D dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting, tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh perusahaan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil observasi dan analisa terhadap data yang dihimpun dengan kuesioner, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini :

- Dari tingkat kepuasan pelanggan (mahasiswa jurusan manajemen UBM) total menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan belum merasa puas atas segala sesuatu yang berhubungan dengan pembelajaran secara *e-learning*.
- Dari analisis Gap terlihat bahwa pelanggan (mahasiswa jurusan manajemen UBM) memiliki harapan yang tinggi atas kinerja perusahaan, hal ini berarti bahwa kinerja perusahaan masih dapat ditingkatkan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi lagi. Gap terbesar



terdapat faktor Dosen malas menggunakan *e-learning* dalam proses belajar mengajar (indikator 7), sehingga indikator ini dinilai paling tidak sesuai dengan harapan pelanggan

## DAFTAR RUJUKAN

- Buchori, Alma. 2000. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfa Beta, Bandung
- Gaspez, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas: Dalam Industri Jasa*. Gramedia, Jakarta
- Irawan, Handi. 2004. *10 Prinsip kepuasan pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Kotler, Philip. 2004. *Marketing manajemen, (Millenium Editions)*. Printice-Hall, Salemba Empat, Jakarta
- Kashmir. 2004. *Manajemen perbankan*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- LeBoeuf, Michael. 1992. *Memengkan dan memelihara pelanggan*. Pustaka Tangga, Jakarta
- Manchester O.P.E.N Learning. 1996. *Membangun loyalitas pelanggan*. Gramedia, Jakarta
- Nazir, Mohammad. 2001. *Metodologi Penelitian*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 2003 *Measuring Customer Statisfaction*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiono. 2001. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Gramedia, Jakarta.
- Staton, William J,. 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi ketujuh, jilid 1 Intermedia, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Edisi kedua, Andy Off set, Yogyakarta.
- Toeti, Oka A,. 2000 *Customer Service: Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*. Pradnya Paramitha, Jakarta.

Umar, Husein. 2003 *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Gramedia  
Pustaka Utama, Jakarta.

<http://www.bundamulia.ac.id>