

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN
SMK MUHAMMADIYAH 2 WATES KULON PROGO**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Nama : Wulan Sari
Nomor Mahasiswa : 12 111 3328
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA
YOGYAKARTA
2016**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN
SMK MUHAMMADIYAH 2 WATES KULON PROGO**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan untuk memenuhi syarat Ujian Akhir
guna memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha



Nama : Wulan Sari
Nomor Mahasiswa : 12 111 3328
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA
YOGYAKARTA
2016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain , kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan di sebutkan dalam Referensi.Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku. “

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Yogyakarta , 15 Maret 2016
Penulis

Wulan Sari

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN
SMK MUHAMMADIYAH 2 WATES KULON PROGO**

Nama : Wulan Sari
Nomor Mahasiswa : 12 111 3328
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Yogyakarta , 15 Maret 2016
Telah di setujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing

Dr. Nur Wening, SE , M.Si.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang memicu persaingan global saat ini sangat diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas agar suatu negara dapat bertahan untuk meningkatkan pembangunan nasional. Hal tersebut membuat SMK Muhammadiyah 2 Wates Kulon Progo sebagai penyelenggara jasa Pendidikan Kejuruan harus melakukan suatu peningkatan kualitas pendidikan agar terciptanya sumber daya manusia yang berkualitas dan kompeten di bidangnya.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk: (1) Menganalisis kualitas pelayanan dari persepsi siswa. (2) Bagaimana tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen mengenai layanan tersebut berdasarkan dimensi kualitas jasa (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan/kepastian, dan empati).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen sekolah dan internet. Responden yang menjadi sampel penelitian ini berjumlah 100 orang dan teknik pengambilan sampel menggunakan sampling purposive. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Kepentingan Kinerja (*Importance Performance Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua atribut dimensi kualitas jasa yang dianggap “Sangat Penting” yaitu (1) Keandalan/*reliability* dan (2) Daya Tanggap/*responsiveness*. Penilaian responden terhadap kinerja menghasilkan nilai rata-rata di bawah harapan dan semua termasuk dalam kriteria “Baik”.

Evaluasi kepuasan konsumen berdasarkan olah data penelitian yaitu sebesar 2,84 yang berarti konsumen “Puas” terhadap kinerja SMK Muhammadiyah 2 Wates Kulon Progo. Nilai tersebut terdapat selisih (*gap*) sebesar (-0,63) yang mana harapan kepuasan yang ingin diperoleh konsumen adalah 3,47.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, SMK Muhammadiyah 2 Wates.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang mana telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga dapat terselesaiannya skripsi dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SMK MUHAMMADIYAH 2 WATES KULON PROGO”** dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam mengakhiri studi guna memperoleh gelar kesarjanaan Strata 1 (S1) pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang sangat membantu atas tersusunnya skripsi ini kepada:

1. Bapak Moh. Mahsun, SE, M.Si, Ak, CA, CPA selaku Ketua STIE Widya Wiwaha.
2. Ibu Dra. Uswatun Chasanah, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Widya Wiwaha.
3. Ibu Dr. Nur Wening, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sangat berharga ilmu yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap staf, dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat selama penulis di bangku kuliah.

5. Orang tua ku tersayang (Bapak Sukino & Ibu Subariyah) yang setulus hati, cinta dan kasih sayangnya, sehat sakitnya semua mereka perjuangkan untukku.
6. Kakakku sayang (Wahyuni) yang memberikan motivasi dan turut berjuang untukku untuk kelancaran studiku, I Love You.
7. Teman-teman di asrama STIE Widya Wiwaha putri (Yuly, Desi, Lisa, Zahra, Mbak Sinta, Mbak Indah, Ais, Mimi, Nita, Erma, Kembar Ro & Na, Pipin, Titik, Mbak Sur), teman-teman asrama putra (Hendi, Robi, Kholiq, Angga, Mas Andi, Bang Ipul, Salam, Mansur, Rosi, Rifa'i, Arif), kalian pelangiku kala gemuruh suka cita sejak kita di Asrama Widya Wiwaha.
8. Pak Pri, Bapak Takmir Baitussalam (STIE Widya Wiwaha), Fransisca yang tinggal di kostnya Pak Anwar terimakasih tumpangan kamarnya.
9. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-per-satu.

Semoga jasa baiknya mendapatkan imbalan pahala oleh Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan yang ada, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Maret 2016

Penulis

Wulan Sari

DAFTAR ISI

Halaman Judul Skripsi.....	i
Halaman Pernyataan Bebas Plasiarisme.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Batasan Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penulisan.....	14

BAB II TINJAUAN TEORI

2.1 Pengertian Kualitas.....	16
2.1.1 Josep M. Juran.....	16
2.1.2 Philip B. Crosby.....	16
2.1.3 W. Edwards Deming.....	16
2.1.4 Taguchi.....	17
2.2 Dimensi Kualitas.....	18
2.2.1 Kinerja (<i>performance</i>).....	18
2.2.2 Keragaman produk (<i>features</i>).....	18

2.2.3	Keandalan (<i>reliability</i>).....	18
2.2.4	Kesesuaian (<i>conformance</i>).....	18
2.2.5	Ketahanan (<i>durability</i>).....	18
2.2.6	Kemampuan pelayanan (<i>serviceability</i>).....	19
2.2.7	Estetika (<i>aesthetics</i>).....	19
2.2.8	Kualitas yang dirasakan (<i>perceived quality</i>).....	19
2.3	Pengertian Jasa.....	19
2.4	Sifat dan Karakteristik Jasa.....	20
2.4.1	<i>Intangible</i>	20
2.4.2	Keberagaman (Heterogen).....	20
2.4.3	Produksi dan konsumsi simultan.....	21
2.4.4	Mudah musnah.....	21
2.5	Karakteristik Jasa pada Pendidikan.....	22
2.6	Kualitas Jasa.....	23
2.7	Dimensi Kualitas Jasa (<i>ServQual</i>).....	23
2.7.1	Berwujud (<i>tangible</i>).....	23
2.7.2	Keandalan (<i>reliability</i>).....	23
2.7.3	Ketanggapan (<i>responsiveness</i>).....	24
2.7.4	Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>).....	24
2.7.5	Empati (<i>emphaty</i>).....	24
2.8	Siklus Hidup Jasa.....	24
2.8.1	Tahap pengenalan (<i>introducion</i>).....	24
2.8.2	Tahap pertumbuhan (<i>growth</i>).....	25
2.8.3	Tahap kematangan/dewasa (<i>maturity</i>).....	25
2.8.4	Tahap penurunan (<i>decline</i>).....	25
2.9	Kepuasan Pelanggan.....	25
2.9.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	26
2.9.2	Evaluasi Kepuasan Pelanggan.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	30
3.2	Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.2.1	Populasi Penelitian.....	30
3.2.2	Sampel Penelitian.....	30
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampling.....	31
3.3	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4	Instrumen Penelitian.....	32
3.5	Definisi Konsep.....	33
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.7	Metode Analisis Data.....	35
3.7.1	Analisis Data Kualitatif.....	35
3.7.2	Analisis Data Kuantitatif.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Instansi Pendidikan.....	39
4.1.1	Profil SMK Muhammadiyah 2 Wates.....	39
4.1.2	Visi dan Misi SMK Muhammadiyah 2 Wates	39
4.1.3	Sejarah SMK Muhammadiyah 2 Wates.....	40
4.1.4	Kompetensi Keahlian SMK Muhammadiyah 2 Wates.....	41
4.1.5	Beasiswa dan Prestasi SMK Muhammadiyah 2 Wates.....	43
4.1.6	Data Pendidik dan Data Kependidikan.....	45
4.1.7	Ekstrakurikuler.....	45
4.1.8	Jumlah Siswa SMK Muhammadiyah 2 Wates....	45
4.2	Gambaran Umum Responden.....	46

4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Kelas.....	46
3.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.3	Analisis Kepentingan Kinerja.....	47
4.3.1	Skala Tingkat Kepentingan Responden.....	48
4.3.2	Skala Kinerja Pelayana Instansi Pendidikan.....	49
4.3.3	Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan.....	50
4.4	Pembahasan Hasil Analisis.....	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA.....	64
---------------------	----

LAMPIRAN

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR TABEL

1.1	DATA Jumlah Seluruh Siswa SMK Muhammadiyah 2 Wates.....	8
1.2	Peringkat Sekolah SMK di Kulon Progo Tahun 2014/2015.....	10
3.1	Variabel Operasional.....	33
4.1	Guru.....	45
4.2	Tenaga Kependidikan.....	45
4.3	Jumlah Siswa SMK Muhammadiyah 2 Wates.....	45
4.4	Data Responden Berdasarkan Kelas.....	46
4.5	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.6	Nilai Rata-rata Harapan Responden.....	48
4.7	Nilai Rata-rata Kinerja.....	49
4.8	Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan SMK Muhammadiyah 2 Wates.....	50

STIE Widya Wiyaha
Jangan Plagiat

DAFTAR GAMBAR

2.1	Empat Karakteristik Jasa.....	21
2.2	Siklus Kepuasan Pelanggan.....	29
3.1	<i>Importance Performance Analysis</i>	37
4.1	<i>Importance Performance Analysis</i> SMK Muhammadiyah 2 Wates.....	53

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman di semua sektor seperti sekarang ini, sumberdaya manusia sangat menentukan bagaimana suatu negara dapat mengikuti perubahan yang terjadi. Untuk memasuki persaingan global (*global competition*) saat ini, kualitas sumberdaya manusia perlu ditingkatkan. Salah satu sektor yang berperan penting dalam peningkatan kualitas sumberdaya manusia yaitu pendidikan. Dalam pendidikan itu sendiri, ilmu sosial dan teknologi tidaklah cukup. Perlu adanya dasar suatu ilmu agama yang kuat agar terbentuk pribadi seseorang yang beriman dan bertaqwa.

Kecenderungan proses pengembangan produk atau jasa yang lebih baik jika dibandingkan dengan sebelumnya akan terjadi karena perubahan yang begitu cepat dalam bidang teknologi. Kualitas selalu menjadi target penting dari sebuah proses produksi baik manufaktur maupun jasa. Selain itu juga merupakan salah satu syarat kelangsungan hidup suatu lembaga atau organisasi untuk menembus perdagangan internasional di era perdagangan bebas saat ini. Penekanan kualitas yang mengarah kepada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada bidang jasa lebih intens dilakukan.

Setidaknya ada lima dimensi pokok pada kualitas jasa yang harus diperhatikan (Tjiptono, 2000), diantaranya:

1. Bukti langsung (*Tangibles*): fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*): kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*): kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*): kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
5. Empati (*Emphaty*): kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.

Lembaga pendidikan adalah suatu lembaga yang menyelenggarakan pelayanan berupa pendidikan kepada siswa sebagai pihak pelanggannya dalam rangka menaikkan kualitas hidup melalui pendidikan yang diselenggarakan dengan cara sistematis dan konsisten. Lembaga pendidikan sendiri diyakini sebagai agen perubahan dan transformasi sosial menuju terciptanya masyarakat yang lebih berkualitas.

Seperti yang tertera pada UU SisDikNas Bab II Pasal 3 menjelaskan bahwa “Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif,

mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab” (<http://kemenag.go.id/file/dokumen/UU2003.pdf>).

Pendidikan diharapkan mampu menghasilkan sumberdaya manusia yang berkualitas sebagai generasi penerus dalam pembangunan nasional di segala bidang menuju terciptanya masyarakat yang sejahtera di masa mendatang.

Sekolah merupakan salah satu lembaga pendidikan yang penyelenggaraannya sistematis dan konsisten serta lekat di benak masyarakat dalam memperoleh pendidikan. Setiap daerah biasanya terdapat beberapa sekolah yang dapat dijadikan pilihan seperti sekolah negeri atau swasta, jarak dari tempat tinggalnya, ataupun dari segi status kualitas sekolah tersebut.

Upaya pengembangan mutu pendidikan serta sumberdaya manusia yang handal dan bersaing, perlu adanya dorongan dari pemerintah agar tujuan tersebut lebih cepat terealisasi. Hal tersebut diharapkan dapat membantu kemajuan sekolah-sekolah yang perlu intens dalam peningkatannya. Upaya meningkatkan mutu pendidikan merupakan tugas yang tidak mudah karena dipengaruhi banyak faktor seperti input instrumental, proses kegiatan belajar mengajar (KBM), sarana prasarana, rasio guru dengan murid, perpustakaan yang memadai, dan sebagainya.

"Ada tiga poin yang masih menjadi masalah pendidikan di Indonesia, yaitu guru, fasilitas, dan kegiatan pembelajaran dalam kelas," tutur Dirjen Dikdasmen Kemendikbud, Hamid Muhammad, ketika

membuka pameran dan konferensi pendidikan Global Education Service and Solution (GESS) Indonesia di Jakarta Convention Centre (JCC), Rabu (30-9-2015). (<http://news.okezone.com>)

Sekolah menengah kejuruan (SMK) mempunyai arti (UU No.23 Tahun 2003-penjelasan pasal 15) Pendidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu. Departemen Pendidikan Nasional saat ini benar-benar serius untuk menempatkan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) pada posisi 70% berbanding 30% untuk SMA. Seperti pernyataan dalam harian Kompas, Direktur Pembinaan SMK memberikan angka yang berbeda dengan target yang ada dalam Renstra Depdiknas 2005-2009. Menurutnya, Rencana Strategis Nasional Pendidikan mematok rasio antara jumlah SMK dan SMA sebesar 50:50 pada tahun 2010 dan 70:30 pada tahun 2015.

SMK Muhammadiyah 2 Wates merupakan salah satu layanan jasa dalam kategori lembaga pendidikan kejuruan berstatus swasta yang beralamatkan di Jalan Pahlawan, Nagung, Wates, Kulon Progo 55652. Sebagai lembaga pendidikan yang sistematis, sekolah ini mempunyai visi dan misi, diantaranya:

VISI

Menjadi SMK yang bernilai lebih berwawasan keunggulan, marketabel, dan menghasilkan tamatan yang taqwa, terampil, mandiri, produktif, dan profesional.

MISI

1. Menyelenggarakan KBM yang berkualitas
2. Unit Produksi *Go Public*
3. Menerapkan manajemen mutu terpadu (*Total Quality Management*)
4. Optimalisasi sarana dan prasarana
5. Meningkatkan peran dan fungsi *stakeholder*
6. Menggalang potensi dana dari masyarakat
7. Membangun jaringan pemasaran
8. Menyelenggarakan Pendidikan Agama yang mantap
9. Membentuk lingkungan dan pergaulan di sekolah yang islami

Sudah menjadi suatu keharusan di lembaga pendidikan tersebut berusaha untuk mewujudkan apa yang telah menjadi visinya. Sekolah yang merupakan alih fungsi dari STM Muhammadiyah 2 Wates yang berdiri tahun 1974 ini awalnya mempunyai 4 kelas, yang terdiri dari 3 kelas jurusan mesin dan 1 kelas jurusan bangunan. Awal berdirinya sekolah ini belum memiliki gedung sendiri.

Perkembangan setapak demi setapak gedung SMK Muhammadiyah 2 Wates mulai dibangun. Gedung dibangun di atas tanah milik H. Sangadikusuma yang telah dihibahkan kepada persyarikatan Muhammadiyah. Pembangunan gedung dimulai tahun 1984 dengan membangun gedung berlantai dasar. Selanjutnya di susul pembangunan sejumlah kelas dan ruang Kepala Sekolah maupun ruang lainnya.

Kegiatan belajar mengajar menempati gedung baru pada tahun 1992. Meskipun demikian kegiatan praktek masih dilakukan di tempat lain, yaitu dikomplek SMEA Muhammadiyah Wates. Akhirnya bengkel tempat kegiatan praktek dan peralatan dipindahkan ke lokasi gedung yang digunakan pada tahun 1993. Saat ini gedung SMK Muhammadiyah sudah tetap menempati di Jalan Pahlawan Nagung Wates Kulon Progo.

Saat ini SMK Muhammadiyah 2 Wates di bawah pimpinan Bpk. Drs. H. Yukhroni, MM. memiliki fasilitas gedung yang memadai, dengan jumlah guru 53 dan karyawan 15. SMK Muhammadiyah semakin berkembang dengan menampung 21 kelas yaitu: Dengan rombel (15 kelas TKR, 3 kelas Las, dan 3 kelas Adimistrasi perkantoran).

Sekolah menengah kejuruan identik dengan bahan materi pelajaran yang banyak praktiknya. Maka dari itu, tak asing lagi jika kegiatan belajar tak dilakukan dikelas dengan menyimak guru yang menerangkan materi dan buku melainkan belajar praktik di luar kelas sesuai dengan jurusan/program studi masing-masing siswa/i. Peraga/media untuk kegiatan praktik pada sekolah kejuruan sangat beragam. Seiring perkembangan teknologi, SMK Muhammadiyah 2 Wates juga harus memenuhi media apa yang harus disediakan untuk membantu keberlangsungan kegiatan pendidikan. Selain media yang berhubungan dengan mata pelajaran, sarana prasarana seperti gedung, kelas, tempat ibadah, serta guru dan karyawan yang memadai tidak boleh dikesampingkan untuk menjadi perhatian.

Dengan terpenuhinya kebutuhan tersebut, berarti sekolah telah berupaya memenuhi standar kualitas kebutuhan siswa dalam menempuh pendidikan. Siswa akan merasa diperhatikan bila kebutuhannya terpenuhi sehingga dapat memotivasi dalam meraih cita-citanya yang kemudian membentuk persepsi kepuasan pada diri siswa begitu pula orang tua serta masyarakat sekitarnya.

Sebagaimana pernyataan yang dikemukakan Kotler (1997) dalam bukunya Lupiyoadi bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.

Di sisi lain, jika memperhatikan jumlah siswa dan rombongan belajar (rombel) per kelas yang ada di SMK Muhammadiyah 2 Wates yang di bandingkan dengan ketentuan jumlah siswa dan rombel PPDB 2014 dari Dinas Pendidikan sangat kurang memenuhi. Jumlah Peserta Didik Setiap Rombongan Belajar Pada PPDB 2014 diatur sebagai berikut:

1. TK/RA : Paling banyak 25 siswa
2. SD/MI : Paling banyak 28 siswa
3. SMP/MTS : Paling banyak 32 siswa
4. SMA/MA : Paling banyak 32 siswa, apabila kurang dari 10 maka mengajukan izin ke Dinas Pendidikan Kabupaten
5. SMK : Paling banyak 32 siswa, apabila kurang dari 15 maka mengajukan izin ke Dinas Pendidikan Kabupaten

Sedangkan jumlah siswa pada SMK Muhammadiyah 2 Wates tahun pelajaran 2015/2016 seperti tampak pada Tabel 1.1 Data Jumlah Seluruh Siswa SMK Muhammadiyah 2 Wates.

Dari tabel tersebut, dapat dilihat jumlah siswa masing-masing kelas. Kelas X Administrasi Perkantoran (AP) berjumlah 13 siswa, angka tersebut jelas sangat jauh dari kriteria ketentuan jumlah siswa yang telah ditetapkan oleh Dinas Pendidikan. Begitu pula untuk kelas XI Administrasi Perkantoran yang berjumlah 7 siswa dan kelas XII Administrasi Perkantoran 7 siswa. Namun, terdapat juga kelas yang melebihi batas kuota ketentuan jumlah siswa per kelas yakni kelas X Las 35 siswa, X Otomotif 1 sebanyak 33 siswa, X Otomotif 2 sebanyak 35 siswa, X Otomotif 3 sebanyak 34 siswa, X Otomotif 4 sebanyak 35 siswa dan X Otomotif 5 sebanyak 35 siswa. Sedangkan pada kelas XI dan XII terdapat juga kelas yang jumlah siswanya kurang dari ketentuan PPDB 2014 dari Dinas Pendidikan. Hal tersebut dikarenakan siswa mengundurkan diri (keluar). Hingga bulan Desember 2015, menurut data jumlah seluruh siswa di SMK Muhammadiyah 2 Wates berjumlah 569 siswa.

Tabel 1.1. Data Jumlah Seluruh Siswa SMK Muhammadiyah 2 Wates.

Kelas	Jumlah Siswa			Kelas	Jumlah Siswa			Kelas	Jumlah Siswa			Jumlah Total		
X	L	P	L+P	XI	L	P	L+P	XII	L	P	L+P	L	P	L+P
X AP	3	11	14	XI AP	3	4	7	XII AP	2	5	7	8	20	28
X LAS	35		35	XI LAS	29		29	XII LAS	30		30	94		94
X OTO 1	33		33	XI OTO 1	27		27	XII OTO 1	27		27	87		87
X OTO 2	35		35	XI OTO 2	27		27	XII OTO 2	30		30	92		92
X OTO 3	32	2	34	XI OTO 3	25		25	XII OTO 3	30		30	87	2	89
X OTO 4	35		35	XI OTO 4	25		25	XII OTO 4	30		30	90		90
X OTO 5	35		35	XI OTO 5	26		26	XII OTO 5	25	3	38	86	3	89
Jumlah	208	13	221	Jumlah	162	4	166	Jumlah	174	8	182	544	24	569

Sumber: Dokumen SMK Muhammadiyah 2 Wates (2015)

Dari data di atas dimungkinkan SMK Muhammadiyah 2 Wates memiliki kendala untuk memenuhi jumlah siswa sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Dinas Pendidikan terutama pada kelas jurusan Administrasi Perkantoran. Jika hal tersebut tetap dibiarkan, tentu saja kelas Administrasi Perkantoran terpaksa harus ditutup karena kurangnya peminat calon didik terhadap jurusan tersebut di SMK Muhammadiyah 2 Wates. Jika dibandingkan dengan sekolah kejuruan lain yang ada di Kulon Progo, sekolah ini dapat dikatakan mempunyai daya saing yang kurang. Hal ini dapat dilihat dari tabel 1.2 peringkat Sekolah Jenjang SMK di Kabupaten Kulon Progo berdasarkan Rata-rata Nilai Murni Hasil Ujian Nasional Tahun Pelajaran 2013/2014.

SMK Muhammadiyah 2 Wates berada pada peringkat 17 dari 35 Sekolah Kejuruan yang ada di Kulon Progo. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pihak sekolah (bagian Bimbingan Konseling) diperoleh informasi bahwa rendahnya peminatan dari masyarakat dikarenakan sebagai sekolah kejuruan yang lebih mengarah pada STM ini jurusan yang paling diminati adalah jurusan Teknik Kendaraan Ringan dan jurusan Las. Selain itu adanya sekolah lain yang lebih baik, sehingga SMK Muhammadiyah ini menjadi pilihan terakhir setelah tidak diterima pendaftarannya di sekolah lain. Dengan demikian input yang diperoleh oleh sekolah merupakan siswa dengan tingkat intelegensi yang rendah yang kemudian mengakibatkan pengembangan potensi siswa tidak dapat maksimal, sehingga timbul kesan

dimasyarakat bahwa lulusan SMK Muhammadiyah 2 Wates memiliki kualitas yang kurang baik.

Tabel 1.2. Peringkat Sekolah SMK di Kulon Progo Tahun 2013/2014

Rank	Nama Sekolah	Rata-rata	Terendah	Tertinggi
1	SMK Negeri 1 Pengasih	33.78	24.81	37.89
2	SMK Negeri 2 Pengasih	31.56	19.75	38.37
3	SMK Negeri 1 Panjatan	31.44	23.74	36.30
4	SMK Negeri 1 Nanggulan	29.42	21.51	36.76
5	SMK Muhammadiyah 1 Wates	29.14	20.69	35.57
6	SMK Negeri 1 Samigaluh	28.59	18.91	36.83
7	SMK Muhammadiyah Kalibawang	27.79	19.89	35.07
8	SMK Bopkri Wates	27.39	18.90	36.36
9	SMK Ma'arif 2 Wates	27.08	22.89	30.66
10	SMK PGRI 1 Sentolo	27.07	19.25	35.69
11	SMK Muhammadiyah 1 Lendah	26.78	21.24	34.53
12	SMK Ma'arif 1 Temon	26.74	33.37	35.42
13	SMK Taman Siswa Nanggulan	26.39	17.14	35.85
14	SMK Ma'arif 1 Wates	26.35	17.78	35.17
15	SMK Kunci Samigaluh	25.63	18.58	32.75
16	SMK Muhammadiyah Galur	25.55	21.97	27.52
17	SMK Muhammadiyah 2 Wates	25.50	20.07	33.87
18	SMK Negeri 1 Temon	25.32	19.51	34.93
19	SMK Negeri 1 Kokap	25.27	17.80	35.28
20	SMK Ma'arif 2 Temon	25.27	17.16	33.87
21	SMK Muhammadiyah Sentolo	25.27	19.92	31.59
22	SMK Muhammadiyah 3 Wates	25.05	18.13	34.13
23	SMK YPKK 1 Kulon Progo	24.91	17.39	32.52
24	SMK Muhammadiyah 1 Temon	24.90	17.72	33.58
25	SMK Darul 'Ulum Muhammadiyah Galur	24.85	19.91	30.32
26	SMK Negeri 1 Pengasih di MTS Jatimulyo	24.75	17.65	33.22
27	SMK Ma'arif 1 Kalibawang	24.73	17.06	32.97
28	SMK YPKK 2 Kulon Progo	24.53	19.94	30.24
29	SMK Ma'arif Nurul Haromain Sentolo	24.42	19.21	34.28
30	SMK Bopkri Samigaluh	24.08	20.93	31.45
31	SMK Ma'arif 1 Nanggulan	23.82	17.56	34.08
32	SMK Muhammadiyah 2 Lendah	23.78	19.00	29.14
33	SMK Bopkri 1 Sentolo	23.19	17.91	27.94
34	SMK Veteran Wates	22.15	19.35	26.59
35	SMK Ma'arif 3 Wates	21.64	16.46	30.26

Sumber: (<http://pendidikan.kulonprogokab.go.id/>).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti akan menggali informasi mengenai keadaan jumlah siswa per rombel yang tidak sesuai dengan ketentuan Dinas Pendidikan dan menggali bagaimana tingkat

kepuasan siswa/i akan kualitas layanan yang diberikan. Maka dari itu penulis mengajukan judul “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SMK MUHAMMADIYAH 2 WATES KULON PROGO”

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang telah terpapar di atas, maka penulis merumuskan masalah bahwa kualitas pelayanan yang ada di SMK Muhammadiyah 2 Wates Kulon Progo masih belum optimal untuk menarik peserta didik sesuai ketentuan rombel per kelas yang ada.

1.3. Pertanyaan Penelitian

- 1.3.1. Bagaimana kualitas pelayanan SMK Muhammadiyah 2 Wates ?
- 1.3.2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen SMK Muhammadiyah 2 Wates Kulon Progo?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

- 1.4.1. Menganalisis kualitas pelayanan dari persepsi siswa.
- 1.4.2. Bagaimana tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen mengenai layanan tersebut berdasarkan dimensi kualitas jasa (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan/kepastian, dan empati).

1.5. Manfaat Penelitian

Sesuai uraian tujuan penelitian yang telah direncanakan, maka manfaat penelitian ini adalah:

1.5.1. Bagi Pihak Sekolah

Untuk mengetahui seberapa tingkat kepuasan akan kualitas yang telah diberikan selama ini sehingga dapat dijadikan salah satu masukan sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen SMK Muhammadiyah 2 Wates baik yang masih menjadi peserta didik maupun calon peserta didik di masa mendatang.

1.5.2. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat sebagai hasil dari upaya teori selama perkuliahan dan untuk menambah wawasan pemikiran khususnya mengenai kualitas pelayanan SMK Muhammadiyah 2 Wates dalam memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai lembaga pendidikan.

1.5.3. Bagi Pihak Lain (Akademik, Pembaca)

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bacaan guna memperoleh acuan dan perbandingan dengan hasil penelitian lain mengenai kualitas layanan dan kepuasan konsumen bagi pihak yang ingin melakukan penelitian serupa.

1.6. Batasan Penelitian

1.6.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Dalam hal ini data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner/angket serta hasil wawancara. Populasi yang menjadi responden kuesioner adalah siswa/i SMK Muhammadiyah 2 Wates Kulon Progo tahun ajaran 2015/2016.

1.6.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang telah ada dan sudah diolah. Data sekunder diperoleh dari SMK Muhammadiyah 2 Wates Kulon Progo. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa dokumen-dokumen mengenai data sekolah yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

1.6.3. Komponen penelitian

Komponen penelitian yang menjadi dasar penelitian adalah dimensi kualitas layanan dan satu komponen kepuasan konsumen (siswa/i).

1) Lima dimensi kualitas layanan yang dimaksud antara lain:

a. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.

b. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

c. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap merupakan kemampuan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

d. Jaminan/kepastian (*Assurance*)

Jaminan/kepastian merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

e. Empati (*Empathy*)

Empati merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

- 2) Kepuasan yang ingin diketahui yaitu kepuasan mengenai layanan yang diberikan berdasarkan lima dimensi kualitas layanan tersebut.

1.7. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab yang telah diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teoritis yang bersangkutan dengan penelitian dan digunakan sebagai bahan materi acuan dalam melakukan penelitian. Landasan teori ini akan dipakai untuk dasar-dasar pengolahan data penelitian yang diperoleh.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian bab ini menjabarkan berbagai hal seperti jenis penelitian, metode pengambilan sampel, data dan teknik pengambilan data, instrumen penelitian, definisi konsep, definisi operasional variabel, dan metode analisis data yang di gunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi tentang uraian profil lembaga/instansi yang yang menjadi objek penelitian, penjelasan mengenai responden, serta menguraikan olahan penelitian yang sistematis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menerangkan bagian kesimpulan yang diambil berdasarkan data-data penelitian yang telah diolah serta uraian berupa saran-saran yang diharapkan mampu memberi masukan pada objek yang diteliti sebagai bahan evaluasi dan peningkatan mutu lembaga pendidikan tersebut.

BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1. Pengertian Kualitas

Menurut empat guru kualitas dalam bukunya Tjiptono (2000) yang berjudul Prinsip-prinsip *Total Quality Service* definisi kualitas antara lain:

2.1.1. Josep M. Juran

Strategi perbaikan kualitas Juran menekankan implementasi proyek-per-proyek dan rangkaian tahap terobosan. Pentingnya identifikasi dan pemecahan/eliminasi penyebab suatu masalah. Menurutnya, langkah ini sangat krusial, karena bila mencari jalan pintas dari gejala langsung diberikan solusi, maka sumber persoalan sesungguhnya belum diatasi dan sewaktu-waktu bisa terulang lagi. Juran mendefinisikan kualitas sebagai kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*). Definisi ini menekankan orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan.

2.1.2. Philip B. Crosby

Menaruh perhatian besar pada transformasi budaya kualitas. Ia mengemukakan pentingnya melibatkan setiap orang dalam organisasi pada proses, yaitu dengan jalan menekankan kesesuaian individual terhadap persyaratan/tuntutan. Pendekatan Crosby merupakan proses *top-down*.

2.1.3. W. Edwards Deming

Strategi Deming didasarkan pada alat-alat statistik. Strategi ini cenderung bersifat *bottom-up*. Penekanan utama strategi ini adalah perbaikan dan pengukuran kualitas secara terus menerus. Strategi Deming berfokus pada proses untuk mengeliminasi variasi, karena sebagian besar variasi (kurang lebih 92%) dapat dikendalikan manajemen. Deming sangat yakin bahwa bila karyawan diberdayakan untuk memecahkan masalah (dengan catatan manajemen harus menyediakan alat-alat yang cocok), maka kualitas dapat disempurnakan terus-menerus.

2.1.4. Taguchi

Filosofi Taguchi didasarkan pada premis bahwa biaya dapat diturunkan dengan cara memperbaiki kualitas tersebut secara otomatis dapat diperbaiki dengan cara mengurangi variasi dalam produk atau proses. Strategi Taguchi difokuskan pada *loss function*, yang mendefinisikan setiap penyimpangan dari target sebagai kerugian yang dibayar konsumen. Taguchi mendefinisikan kualitas sebagai kerugian yang ditimbulkan oleh suatu produk bagi masyarakat setelah produk tersebut dikirim selain kerugian-kerugian yang disebabkan fungsi intrinsik produk.

Kualitas menurut ISO (9000) dalam bukunya Lupiyoadi (2006) adalah: “*degree to which a set of inherent fulfils requirements*” (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan). Persyaratan dalam hal ini adalah: “*need or expectation that is stated,*

generally implied or obligatory” (yaitu, kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib). Jadi kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

2.2. Dimensi Kualitas

Menurut Sviokla dalam bukunya Lupiyoadi dan Hamdani (2006), selain dari segi biaya, kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri atas aspek-aspek sebagai berikut:

2.2.1. Kinerja (*performance*). Kinerja di sini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu.

2.2.2. Keragaman produk (*features*). Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk.

2.2.3. Keandalan (*reliability*). Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (*malfunction*) pada suatu periode.

2.2.4. Kesesuaian (*conformance*). Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya.

2.2.5. Ketahanan (*durability*). Ukuran ketahanan (daya tahan) suatu produk meliputi segi ekonomis sampai dengan segi teknis.

- 2.2.6. Kemampuan pelayanan (*serviceability*). Kemampuan pelayanan bias juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki.
- 2.2.7. Estetika (*aesthetics*). Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika dari suatu produk dapat dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, baik itu bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa maupun bau.
- 2.2.8. Kualitas yang dirasakan (*perceived quality*). Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk (jasa). Namun, umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama, dan negara produsen.

2.3. Pengertian Jasa

Pendapat Kotler (1994) dalam bukunya Lupiyoadi (2006) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler dan Amstrong (1997), jasa (*service*) adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya mungkin terikat atau tidak pada produk fisik.

Tjiptono (2000) juga berpendapat bahwa jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Sebagai contoh:

bengkel reparasi, kursus, lembaga pendidikan, jasa telekomunikasi, transformasi, dan lain-lain.

Selanjutnya, pendapat Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (1996) dalam bukunya Lupiyoadi dan Hamdani (2006) yang berjudul Manajemen Pemasaran Jasa bahwa, pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan).

Dari berbagai definisi di atas, Lupiyoadi (2006) berpendapat bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen (jasa), meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.

2.4. Sifat dan Karakteristik Jasa

Zeithaml dan Bitner, 1996 (dalam Yazid, 1999) karakteristik jasa menyangkut:

2.4.1. *Intangible*

Jasa tidak bisa disimpan, tidak bisa dipatenkan, tidak bisa *display* atau dikomunikasikan sewaktu-waktu, dan penetapan harga jasa sulit dilakukan.

2.4.2. Keberagaman (Heterogen)

Penyampaian jasa dan kepuasan konsumen bergantung kepada tindakan konsumen. Kualitas jasa bergantung kepada sejumlah

faktor yang tidak bisa dikontrol. Tidak ada pengetahuan yang pasti bahwa jasa telah disampaikan sesuai dengan apa yang direncanakan dan dipromosikan.

2.4.3. Produksi dan konsumsi simultan

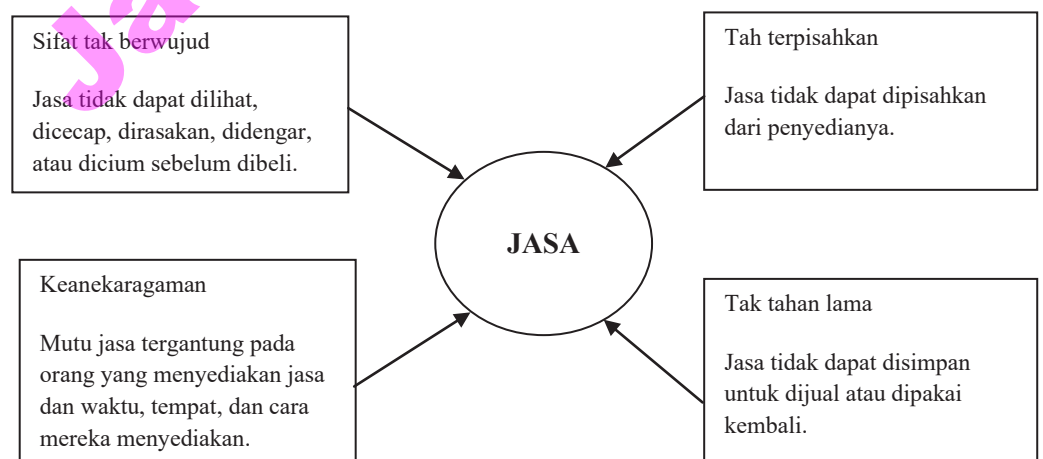
Konsumen berpartisipasi di dalam penyampaian dalam mempengaruhi interaksi. Konsumen saling mempengaruhi. Karyawan mempengaruhi hasil jasa. Desentralisasi sangat penting. Produksi massal sulit dilakukan.

2.4.4. Mudah musnah

Dalam jasa sulit dilakukan sinkronisasi penawaran dan permintaan. Jasa tidak bisa dikembalikan atau dijual kembali.

Menurut Kotler, 1997, jasa mempunyai empat karakter dan merupakan komponen yang harus diperhatikan dalam merancang program pemasaran jasa diantaranya seperti pada Gambar 2.1 berikut:

Gambar 2.1: Empat Karakteristik Jasa



Sumber: Kotler & Armstrong (2001)

2.5. Karakteristik Jasa pada Pendidikan

Lupiyoadi (2006) berpendapat, karakteristik jasa pada pendidikan yang perlu diperhatikan antara lain:

- a. Pendidikan termasuk ke dalam kelompok jasa murni, di mana pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana pendukung semata.
- b. Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (siswa), yang dalam hal ini pelanggan yang mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan (meski dalam perkembangannya adanya penawaran program *home schooling*, jarak jauh [*distance learning* untuk pendidikan perguruan tinggi], dan sebagainya).
- c. Penerima jasa adalah orang, jadi merupakan pemberian jasa yang berbasis orang. Pelanggan dan penyedia jasa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung. Dengan kata lain, untuk menerima jasa, pelanggan harus menjadi bagian dari sistem jasa tersebut.
- d. Hubungan dengan pelanggan berdasarkan hubungan keanggotaan (*member relationship*), di mana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tertentu. Sistem pemberian jasanya dilakukan secara terus-menerus dan teratur sesuai kurikulum yang telah ditetapkan.

2.6. Kualitas Jasa

Nilai yang diberikan pelanggan sangat kuat didasari oleh faktor kualitas jasa. Di mana kualitas produk (jasa) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relative, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain: (1) Persepsi konsumen, (2) Produk (jasa), dan (3) Proses. Untuk yang berwujud barang, ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas, tetapi tidak untuk jasa. Untuk jasa, produk dan proses mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri.

2.7. Dimensi Kualitas Jasa (*ServQual*)

Dimensi kualitas jasa (*ServQual*) menurut Parasuraman (1988) dalam Lupiyoadi (2006):

2.7.1. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya.

2.7.2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

- 2.7.3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 2.7.4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi: komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- 2.7.5. Empati (*emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2.8. Siklus Hidup Jasa

Keputusan mendasar yang dibuat instansi pendidikan adalah program dan jasa apa yang akan ditawarkan pada siswa, alumni, dan masyarakat lainnya. Karena pendidikan termasuk jasa yang sifatnya jasa murni, maka yang diberikan adalah program jasa dan didukung oleh sarana pendukung seperti ruang kelas, meja, kursi, papan tulis, buku-buku, dan sebagainya.

Dalam program jasa, terdapat empat tingkatan siklus hidup meliputi (Lupiyoadi, 2006):

- 2.8.1. Tahap pengenalan (*introducion*), yaitu periode di mana terjadi pertumbuhan lambat karena program baru diperkenalkan kepada masyarakat (calon siswa) di pasar.

- 2.8.2. Tahap pertumbuhan (*growth*), yaitu periode di mana terjadi penerimaan pasar yang cepat dari suatu program, bila program tersebut disukai dan memuaskan.
- 2.8.3. Tahap kematangan/dewasa (*maturity*), yaitu periode di mana terjadi perlambatan dalam pertumbuhan karena program yang dimiliki sudah diterima oleh banyak konsumen potensial. Permintaan mengalami penurunan dan banyak program lain yang lebih menarik yang ditawarkan oleh pesaing.
- 2.8.4. Tahap penurunan (*decline*), yaitu periode di mana terjadi penurunan ketertarikan dari konsumen terhadap program yang ditawarkan.

2.9. Kepuasan Pelanggan

Menurut Yazid (1999), kepuasan pelanggan adalah upaya peniadaan atau paling sedikit upaya penyempitan gap antara keadaan yang diinginkan (diharapkan) dengan keadaan yang dihadapi (*perceived*).

Kotler (1997) dalam Lupiyoadi (2006) bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya

operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

2.9.1. Konsep Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian dalam hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, konsumeris, dan peneliti perilaku konsumen.

Menurut Schnaars (1991) dalam Tjiptono (1999), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1994).

Ada beberapa pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan/ketidakpuasan pelanggan, di antaranya (Tjiptono, 1994):

- a. Day (dalam Tse dan Wilton, 1988) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara

harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

- b. Wilkie (1990) mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.
- c. Engel, et al. (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.
- d. Kotler, et al., (1996) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan harapannya.

2.9.2. Evaluasi Kepuasan Pelanggan

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur (Garvin dalam Lovelock, 1994; Peppard dan Rowland, 1995) antara lain meliputi:

- a. Kinerja (*performance*), karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.

- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- f. Kemampuan memperbaiki (*serviceability*), meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika (*aesthetic*), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

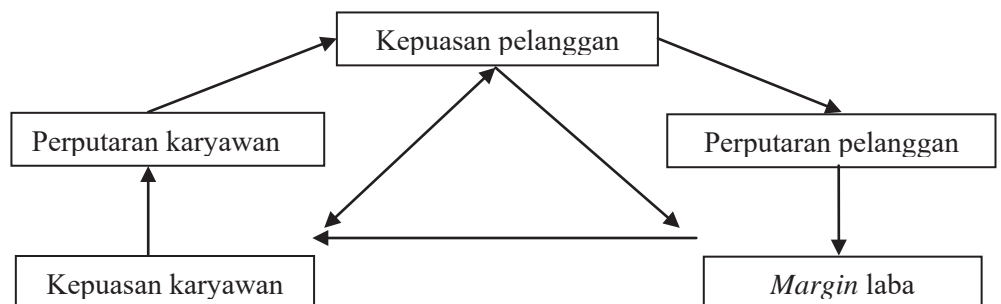
Sementara itu dalam mengevaluasi jasa yang bersifat intangible, konsumen pada umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut (Parasuraman, 1985):

- a. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.

- b. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.
- e. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Konsistensi kualitas suatu jasa untuk ketiga orientasi tersebut dapat memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan, dan profitabilitas organisasi. Sebagaimana diilustrasikan dalam Gambar 2.2 berikut:

Gambar 2.2: Siklus Kepuasan Pelanggan



Sumber: Lupiyoadi & Hamdani, 2006

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui gambaran sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan (Akhmad, 2002).

3.2. Metode Pengambilan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini adalah siswa SMK Muhammadiyah 2 Wates Kulon Progo Tahun Ajaran 2015/2016.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2002). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus menentukan ukuran sampel Metode Slovin (Wiyono, 2011), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana: n = ukuran sampel

N= Populasi

e = nilai presisi (10%)

$$n = \frac{569}{1 + (569)(0,1)^2} = \frac{569}{1 + (569 \times 0,01)} = 85$$

Dari perhitungan di atas, maka jumlah responden yang diambil untuk menjadi sampel penelitian ini dibulatkan menjadi $n = 100$ siswa.

3.2.3. Teknik Pengambilan Sampling

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *sampling purposive* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini berupa sebagian dari populasi yang disarankan/diperkenankan untuk menjadi sampel oleh pihak sekolah.

3.3. Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber Data terdiri dari:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Dalam hal ini data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner/angket serta hasil wawancara.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang telah ada dan sudah diolah. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa dokumen-dokumen mengenai data sekolah yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

1) Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan cara ini dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden yaitu siswa SMK Muhammadiyah 2 Wates.

2) Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara ini dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada pihak yang bersangkutan untuk memperoleh informasi yang tidak tertulis yang kemudian dapat dijadikan sebagai bahan referensi penyusunan penulisan skripsi ini.

3) Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan cara ini yaitu dengan memanfaatkan dokumen sekolah, studi pustaka yang ada pada sekolah serta internet yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan.

3.4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner dengan daftar pertanyaan yang terperinci yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Teknik penskalaan untuk daftar jawaban menggunakan skala Likert yang terdiri dari pilihan Sangat Baik (SB), Baik (B), Netral (N), Tidak Baik (TB) untuk mengukur kinerja (*performance*). Sedangkan skala Likert yang terdiri dari Sangat Penting (SP), Penting (P), Netral (N), Tidak Penting (TP) untuk mengukur tingkat kepentingan/harapan konsumen.

- a. Identitas responden, meliputi: nama, kelas, dan nomor absen responden.
- b. Daftar pertanyaan , diantaranya mengenai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

3.5. Definisi Konsep

Kualitas layanan pelanggan adalah tingkat mutu dari aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, meliputi: Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan/kepastian (*Assurance*), Empati (*Emphaty*).

Kepuasan pelanggan adalah apa yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu barang atau jasa, atau hasil yang dirasakan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi (Tjiptono, 2000).

3.6. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1. Variabel Operasional

Variabel	Sub-Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (Tjiptono, 2000).	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana prasarana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebersihan dan kenyamanan ruang kelas. 2. Ketersediaan fasilitas (lab., R. Praktik, media pendukung KBM). 3. Ketersediaan buku dan kondisi perpustakaan. 4. Ketersediaan dan kondisi tempat parkir dan masjid. 5. Kerapian pegawai (Guru & Karyawan). 	Likert
	Keandalan (<i>Reliability</i>), yakni kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera, akurat, dan memuaskan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kedisiplinan pegawai (Guru & Karyawan). 2. Keadilan dalam pelayanan. 3. Keramahan pegawai dengan para siswa. 4. Konsisten dan seimbang antara materi dan praktik. 5. Jumlah pegawai yang memadai. 	Likert

	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi ketika PSB (Penerimaan Siswa Baru). 2. Adanya Bimbingan & Konseling (BK) yang teratur di kelas. 3. Keaktifan kegiatan ekstrakurikuler. 4. Adanya usaha untuk meningkatkan prestasi siswa. 5. Kemudahan berhubungan dengan staf pengajar dan administrasi. 	Likert
	Jaminan/kepastian (<i>Assurance</i>) kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai dapat dipercaya dalam pelayanan terhadap siswa. 2. Fasilitas, sarana prasarana, dan pegawai mampu memberi rasa aman terhadap siswa. 3. Pemanfaatan media pendukung KBM yang memadai. 4. Kemampuan pengajar menyampaikan materi kepada siswa. 5. Kemampuan pengajar manajemen kelas ketika KBM. 	Likert
	Empati (<i>Emphaty</i>): kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman pengajar akan kebutuhan belajar siswa. 2. Pemahaman staf administrasi akan situasi administrasi siswa. 3. Kemampuan membangun motivasi belajar siswa. 4. Pemberian dispensasi pembayaran untuk yang bermasalah. 5. Beasiswa bagi siswa yang berprestasi. 	Likert
Tingkat Kepuasan Konsumen (Kotler, 1997 dalam Lupiyoadi, 2006).	Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan terhadap fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana prasarana. 2. Kepuasan terhadap kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera, akurat, dan memuaskan. 3. Kepuasan terhadap kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap. 4. Kepuasan terhadap kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. 5. Kepuasan terhadap kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. 	Likert

Sumber: Data Primer yang Diolah (2015)

3.7. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode:

3.7.1. Analisis Data Kualitatif

Analisis kualitatif merupakan penganalisaan data yang tidak dapat dinominalkan dengan angka-angka, melainkan disajikan berupa pernyataan keterangan, penjelasan, dan pembahasan teori.

3.7.2. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif merupakan bentuk analisis yang penyajiannya berupa angka-angka yang dapat diukur dan dihitung dengan tingkatan pengukuran variabel jenis skala Likert. Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah *importance performance analysis*. Kepuasan konsumen dapat dianalisis dari dua dimensi, yaitu dari harapan-harapan atas sesuatu dan kenyataan-kenyataan yang diterima konsumen (Umar, 2000). Hasil penghitungan tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan alat pengolahan berupa program SPSS 19. Pengolahan dengan program tersebut digunakan untuk melihat bagaimana tingkat kepuasan akan kualitas layanan yang ada.

Dalam analisis ini, skala Likert untuk menentukan tingkat kepentingan/harapan suatu atribut jasa bagi konsumen antara lain

dengan kriteria: Sangat penting	: 4
Penting	: 3
Cukup penting	: 2

Tidak penting : 1

Sedangkan untuk menilai kinerja (*performance*) instansi tersebut juga akan ditentukan dengan skala Likert, yang terdiri:

Sangat baik : 4

Baik : 3

Cukup baik : 2

Tidak baik : 1

Terdapat dua buah variabel dalam menganalisis data, di mana tingkat kinerja (*performance*) diwakili oleh huruf X, sedangkan tingkat kepentingan (*importance*) diwakili oleh huruf Y.

Secara manual, titik koordinasi masing-masing atribut dimensi kualitas pelayanan dapat dihitung menggunakan rumus *Aritmathic Mean*.

Aritmathic mean adalah rata-rata nilai yang merupakan pengukuran dari tendensi sentral. Rata-rata hitung diperoleh dengan menjumlahkan semua nilai data dan membaginya dengan jumlah data (Suharyadi, 2003).

Rumus :

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

Keterangan:

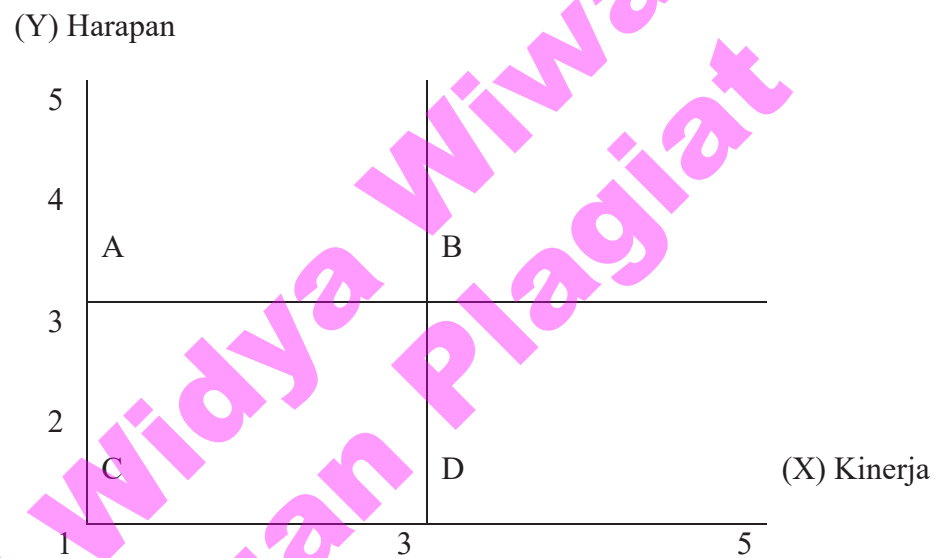
\bar{x} = Nilai rata-rata dari masing-masing atribut.

$\sum x$ = Jumlah nilai dari masing-masing atribut.

N = Jumlah responden.

Kemudian menempatkan posisi tiap-tiap atribut jasa pada suatu diagram kartesius yang terbagi dalam empat kuadran. Penempatan posisi atribut jasa tersebut berdasarkan pada nilai rata-rata harapan dan nilai rata-rata kinerja (*performance*).

Gambar 3.1. *Importance Performance Analysis*



Sumber: Kotler, 1997

Keterangan:

Kuadran A : Konsentrasi di sini.

Perusahaan harus berkonsentrasi untuk meningkatkan kinerja pelayanan jasa.

Kuadran B : Teruskan pekerjaan yang baik.

Perusahaan dapat mempertahankan kinerja yang tinggi.

Kuadran C : Prioritas rendah.

Kinerja yang dilakukan dengan pas-pasan tidak memerlukan perhatian, karena tidak terlalu penting.

Kuadran D : Mungkin terlalu berlebihan.

Kinerja yang dilakukan mungkin berlebihan.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Instansi Pendidikan

4.1.1. Profil SMK Muhammadiyah 2 Wates

Nama Sekolah	: SMK Muhammadiyah 2 Wates
Alamat	: Jl. Pahlawan, Nagung, Wates, Kulon Progo, D.I. Yogyakarta
No. Telepon	: (0274) 773646
Email	: smkmuhduawates@yahoo.com
Web Sekolah	: smkmuh2wates.blogspot.com
Program Kejuruan	: Teknik Kendaraan Ringan, Teknik Pengelasan, dan Administrasi Perkantoran
Nama Kepala Sekolah	: Drs. H. Yukhroni, MM
Tempat, Tanggal Lahir	: Bantul, 18 November 1960
Pangkat / Golongan	: Pembina, Iva
Agama	: Islam
Alamat	: Batikan II, Demen, Temon, Kulon Progo
No. Telp	: 0818-0260-8631
Email	: yukhronidrs@yahoo.co.id

Sumber: Dokumen SMK Muhammadiyah 2 Wates (2015)

4.1.2. Visi dan Misi SMK Muhammadiyah 2 Wates

VISI

Menjadi SMK yang bernilai lebih berwawasan keunggulan, marketabel, dan menghasilkan tamatan yang taqwa, terampil, mandiri, produktif, dan profesional.

MISI

1. Menyelenggarakan KBM yang berkualitas
 2. Unit Produksi Go Publik
 3. Menerapkan manajemen mutu terpadu (Totaly Quality Management)
 4. Optimalisasi sarana dan prasarana
 5. Meningkatkan peran dan fungsi stake holder
 6. Menggalang potensi dana dari masyarakat
 7. Membangun jaringan pemasaran
 8. Menyelenggarakan Pendidikan Agama yang mantap
 9. Membentuk lingkungan dan pergaulan di sekolah yang islami
- 4.1.3. Sejarah SMK Muhammadiyah 2 Wates

SMK Muhammadiyah 2 Wates berdiri atas ide para tokoh teknik STM Negeri Wates yang di pelopori oleh Bapak Drs. Jam'an Yunantana (Kepala Sekolah STM Negeri Wates) yang menyepakati bersama pemikiran para akademisi di lingkungan Muhammadiyah. SMK Muhammadiyah 2 Wates ini merupakan alih fungsi dari STM Muhammadiyah 2 Wates yang berdiri tahun 1974. SMK Muhammadiyah 2 Wates sebagai lembaga pendidikan swasta yang bernaung di bawah yayasan Muhammadiyah dan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Pada awal berdirinya telah mampu menampung siswa sebanyak 4 kelas, yang terdiri dari 3 kelas jurusan mesin dan 1 kelas jurusan bangunan. berhubung ketika itu belum

memiliki gedung sendiri, kegiatan belajar mengajar masih menempati gedung bersama MTs Muhammadiyah Wates yang berada di Wonosidi Wates.

Perkembangan setapak demi setapak gedung SMK Muhammadiyah Wates mulai dibangun. Gedung dibangun di atas tanah milik H. Sangadikusuma yang telah dihibahkan kepada persyarikatan Muhammadiyah. Pembangunan gedung dimulai tahun 1984 dengan membangun gedung berlantai dasar. Selanjutnya di susul pembangunan sejumlah kelas dan ruang Kepala Sekolah maupun ruang lainnya.

Kegiatan belajar mengajar menempati gedung baru pada tahun 1992. meskipun demikian kegiatan praktek masih dilakukan di tempat lain, yaitu dikomplek SMEA Muhammadiyah Wates. Akhirnya bengkel tempat kegiatan praktek dan peralatan dipindahkan ke lokasi gedung yang digunakan pada tahun 1993.

Saat ini gedung SMK Muhammadiyah sudah tetap menempati di Jalan Pahlawan Nagung Wates Kulon Progo. Saat ini SMK Muhammadiyah 2 Wates di bawah pimpinan Bpk. Drs. H. Yukhroni, MM. memiliki fasilitas gedung yang memadai, dengan jumlah guru 53 dan karyawan 15. SMK Muhammadiyah semakin berkembang dengan menampung 21 kelas yaitu: Dengan rombel (15 kelas TKR, 3 kelas Las, dan 3 kelas Adimistrasi perkantoran).

4.1.4. Kompetensi Keahlian SMK Muhammadiyah 2 Wates

1) Teknik Kendaraan Ringan

Program keahlian TKR mempelajari tentang rekayasa kendaraan ringan. Adapun tempat praktek/ bengkel otomotif mempunyai fasilitas, antara lain:

- a. *Engine Stand EFI (Elektronik Full Injection)*
- b. *Tes Boss Pump Engine*
- c. *Power Window, Power Steering*
- d. *Balancing*
- e. *Engine Stand Diesel*
- f. *Trainer Wiring, Trainer Automatic Transmission*
- g. *Timing Diesel*

2) Teknik Las

Program keahlian yang memfokuskan dalam teknik pengelasan.

Adapun Bengkel/ Praktik pengelasan antara lain:

- a. Mesin las MIG/MAG
- b. Mesin Las TIG/TAG
- c. Mesin Las titik (*Spot Welding*)
- d. Mesin Las busur manual
- e. Peralatan las gas

3) Administrasi Perkantoran

Program keahlian yang mempelajari tentang administrasi perkantoran. Lab praktik administrasi meliputi:

- a. Mesin Fotokopi

- b. Mesin *Risograph*
- c. Mesin *Faximile*
- d. Mesin Press
- e. Mesin Jilid, Kamera *Digital*, dll.

4.1.5. Beasiswa dan Prestasi SMK Muhammadiyah 2 Wates

1) Beasiswa

Dalam mendukung pembelajaran, siswa diberikan beasiswa.

Macam beasiswa dan bantuan yang diberikan antara lain:

- a. Beasiswa Prestasi dari sekolah
- b. Rawan Putus Sekolah (RAPUS)
- c. Beasiswa Retrifel
- d. Bantuan Siswa Miskin (BSM)
- e. Bantuan Siswa Pemilik Kartu Penjamin Sosial
- f. R. BOS, BOSDA, dan BOS
- g. Bantuan Siswa dari Instansi (Bank BPD, BPR, Dinas Sosial, dll)
- h. Bantuan dari BAZDA, Gubernur (ASPIRASI), dll
- i. Beasiswa Khusus Siswa Putri Proli TKR dan Pengelasan

2) PRESTASI

Prestasi yang diperoleh SMK Muhammadiyah 2 Wates, antara lain:

- a. Menjalani kerjasama dengan Polman Astra Jakarta dalam program magang selama 1 tahun dengan gaji seperti karyawan.
- b. Siswa diterima di Fakultas Teknik D3 tanpa tes melalui penelusuran Minat dan Bakat
- c. Tahun 2011:
- Juara II lari 5000 M Popda DIY
 - Juara I lari 5000 M Popda Kabupaten Kulon Progo
 - Juara I lempar lembing Popda Kabupaten Kulon Progo
- d. Tahun 2012:
- Juara I lari maraton kelompok umum Kabupaten Kulon Progo
- e. Tahun 2013:
- Juara I Lari Popda Kabupaten Kulon Progo
 - Juara III Lari Popda D.I.Y
 - Juara I Gulat Popda Kabupaten Kulon Progo
 - Juara I MHQ Kabupaten Kulon Progo
 - Juara III MHQ D.I.Y
 - Juara II Tri Lomba Juang Popda D.I.Y

4.1.6. Data Pendidik dan Data Kependidikan

Tabel 4.1. Guru

Guru	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki + Perempuan
PNS	7	6	13
GTY	8	9	17
GTT	14	8	22
Jumlah	29	23	52

Sumber: Dokumen SMK Muhammadiyah 2 Wates (2015)

Tabel 4.2. Tenaga Kependidikan (Non Guru)

Non Guru	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki + Perempuan
PNS	0	0	0
PTY	6	2	8
PTT	7	2	9
Jumlah	13	4	17

Sumber: Dokumen SMK Muhammadiyah 2 Wates (2015)

4.1.7. Ekstrakurikuler

- 1) HW (Hisbul Wathan)
- 2) Tapak Suci
- 3) Sepak Bola

4.1.8. Jumlah Siswa SMK Muhammadiyah 2 Wates

Tabel 4.3. Jumlah Siswa SMK Muhammadiyah 2 Wates

Kelas	Jumlah Siswa			Kelas	Jumlah Siswa			Kelas	Jumlah Siswa			Jumlah Total		
	L	P	L+P		L	P	L+P		L	P	L+P	L	P	L+P
X				XI				XII						
X AP	3	11	14	XI AP	3	4	7	XII AP	2	5	7	8	20	28
X LAS	35		35	XI LAS	29		29	XII LAS	30		30	94		94
X OTO 1	33		33	XI OTO 1	27		27	XII OTO 1	27		27	87		87
X OTO 2	35		35	XI OTO 2	27		27	XII OTO 2	30		30	92		92
X OTO 3	32	2	34	XI OTO 3	25		25	XII OTO 3	30		30	87	2	89
X OTO 4	35		35	XI OTO 4	25		25	XII OTO 4	30		30	90		90
X OTO 5	35		35	XI OTO 5	26		26	XII OTO 5	25	3	38	86	3	89
Jumlah	208	13	221	Jumlah	162	4	166	Jumlah	174	8	182	544	24	569

Sumber: Dokumen SMK Muhammadiyah 2 Wates (2015)

4.2. Gambaran Umum Responden

Siswa yang menjadi sampel responden penelitian ini adalah kelas yang dipilih oleh pihak sekolah. Responden berjumlah 100 orang yang kemudian akan dikarakteristikkan berdasarkan kelas dan jenis kelamin. Berikut adalah gambaran umum responden berdasarkan kedua karakteristik tersebut.

4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas

Hasil dari karakteristik responden berdasarkan kelas dapat dilihat dalam Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4. Data Responden Berdasarkan Kelas

Kelas	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
X Otomotif 1	33	33
X Otomotif 5	35	35
XII Otomotif 2	4	4
XII Otomotif 5	28	28
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang Diolah (2016)

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa responden yang terbanyak adalah kelas X Otomotif 5 sebanyak 35 siswa (35% dari jumlah keseluruhan responden), kelas X Otomotif 1 sebanyak 33 siswa (33% dari jumlah keseluruhan responden), kelas XII Otomotif 5 sebanyak 28 siswa (28% dari jumlah keseluruhan responden), dan kelas XII Otomotif 2 sebanyak 4 siswa (4% dari jumlah keseluruhan responden).

4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	97	97
Perempuan	3	3
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer Yang Diolah (2016)

Berdasarkan data di atas, responden laki – laki lebih banyak dari responden perempuan. Responden laki – laki sebanyak 97 siswa (97% dari jumlah keseluruhan responden) dan responden perempuan sebanyak 3 siswa (3% dari jumlah keseluruhan responden).

4.3. Analisa Kepentingan Kinerja (*Importance Performance Analysis*)

Nilai skala masing-masing dimensi dikelompokkan sesuai hitungan interval (Sugiyono, 2002) yang diperoleh dengan rumus:

$$\begin{aligned}\text{Interval} &= \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{4-1}{4} \\ &= 0,75\end{aligned}$$

Nilai interval untuk skala Tingkat Kepentingan:

Nilai 1,00 – 1,74 : Tingkat Tidak Penting

Nilai 1,75 – 2,49 : Tingkat Netral/Cukup

Nilai 2,50 – 3,24 : Tingkat Penting

Nilai 3,25 – 4,00 : Tingkat Sangat Penting

Sedangkan Nilai interval untuk Skala Kinerja:

Nilai 1,00 – 1,74 : Kinerja Tidak Baik

Nilai 1,75 – 2,49 : Kinerja Netral/Cukup

Nilai 2,50 – 3,24 : Kinerja Baik

Nilai 3,25 – 4,00 : Kinerja Sangat Baik

Terdapat dua tingkat pengukuran dalam menganalisa data, pengukuran tersebut berupa:

4.3.1. Skala Tingkat Kepentingan/Harapan Responden

Tabel 4.6. Nilai Rata-rata Harapan Konsumen

No.	Atribut Jasa	Nilai Rata-rata Harapan	Kriteria Kepentingan
1	Bukti Fisik	2,95	Penting
2	Keandalan	3,37	Sangat Penting
3	Daya Tanggap	3,36	Sangat Penting
4	Jaminan	3,23	Penting
5	Empati	3,18	Penting
6	Kepuasan	3,47	Sangat Penting

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Pengolahan data (*data processing*) untuk mencari nilai *mean* atau rata-rata dari masing-masing atribut dimensi kualitas jasa dan kepuasan dari kuesioner yang telah dibagikan kepada 100 responden didapat hasil seperti tabel 4.6 di atas. Konsumen SMK Muhammadiyah 2 Wates memiliki harapan terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan yang diperoleh dari pelayanan pihak sekolah tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan pendidikan.

Hasil dari pengolahan data tersebut didapat bahwa atribut kualitas pelayanan yang dianggap paling penting oleh siswa/i adalah keandalan (*reliability*) yaitu dengan nilai rata-rata tingkat

kepentingan sebesar 3,37. Sedangkan atribut dimensi kualitas pelayanan bukti fisik (*tangibles*) menempati nilai rata-rata tingkat kepentingan paling rendah yaitu 2,95.

4.3.2. Skala Kinerja Pelayanan Instansi Pendidikan

Tabel 4.7. Nilai Rata-rata Kinerja

No.	Atribut Jasa	Nilai Rata-rata Kinerja	Kriteria Kinerja
1	Bukti Fisik	2,93	Baik
2	Keandalan	2,90	Baik
3	Daya Tanggap	2,91	Baik
4	Jaminan	2,96	Baik
5	Empati	2,89	Baik
6	Kepuasan	2,84	Baik

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Penilaian kinerja pelayanan instansi pendidikan berdasarkan pelayanan yang telah diterima oleh responden kuesioner di mana responden adalah siswa SMK Muhammadiyah 2 Wates. Hasil nilai rata-rata kinerja pelayanan dapat dilihat pada tabel 4.4 yang menunjukkan bahwa atribut dimensi kualitas pelayanan jaminan dengan nilai 2,96 menduduki nilai rata-rata tertinggi dari atribut yang lain. Sedangkan nilai rata-rata terendah berada pada atribut empati (*emphaty*) yaitu dengan nilai 2,89. Nilai rata-rata tingkat kepuasan dari kinerja pelayanan yang diterima siswa sebesar 2,84. Semua hasil nilai rata-rata kinerja lebih rendah jika dibandingkan dengan nilai rata-rata kepentingan/harapan dari konsumen. Hal ini menunjukkan adanya gap atau kesenjangan antara kinerja pelayanan SMK Muhammadiyah 2 Wates dengan harapan konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahawa masih kurang maksimalnya kinerja

instansi sebagai penyedia jasa pendidikan. Hal tersebut dapat memberikan dampak yang signifikan dalam pengembangan sekolah untuk bersaing dengan sekolah lain serta atas kepuasan pelanggan itu sendiri.

4.3.3. Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan SMK Muhammadiyah 2 Wates

Posisi atribut dimensi kualitas pelayanan SMK Muhammadiyah 2 Wates dengan lima titik koordinat sekaligus dengan gap antara kinerja instansi pendidikan dengan harapan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8. Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan SMK Muhammadiyah 2

No	Atribut	Sumbu X (<i>Performance</i>)	sumbu Y (<i>Importance</i>)	Selisih (<i>Gap</i>)
1	Bukti Fisik	2,93	2,95	-0,02
2	Keandalan	2,90	3,37	-0,47
3	Daya Tanggap	2,91	3,36	-0,45
4	Jaminan	2,96	3,23	-0,27
5	Empati	2,89	3,18	-0,29
6	Kepuasan	2,84	3,47	-0,63

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Perhitungan di atas menunjukkan perbandingan antara nilai rata-rata kinerja (*performance*) dengan nilai rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) dari atribut dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan serta selisih (*gap*) antara keduanya dengan hasil sebagai berikut:

- 1) Nilai rata-rata kinerja (*performance*) dimensi kualitas jasa Bukti Fisik (2,93) < nilai rata-rata tingkat kepentingan (*importance*)

siswa (2,95) yang artinya mempunyai nilai selisih (*gap*) sebesar -0,02 dan merupakan *gap* terkecil dari *gap* dimensi lain.

2) Nilai rata-rata kinerja (*performance*) dimensi kualitas jasa Keandalan (2,90) < nilai rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) siswa (3,37) yang artinya mempunyai nilai selisih (*gap*) sebesar -0,47. Dimensi ini merupakan dimensi yang dianggap paling penting bagi siswa namun pelaksanaan kerjanya menunjukkan adanya *gap* yang nilainya paling besar di antara *gap* dimensi lain.

3) Nilai rata-rata kinerja (*performance*) dimensi kualitas jasa Daya Tanggap (2,91) < nilai rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) siswa (3,36) yang artinya mempunyai nilai selisih (*gap*) sebesar -0,45. Dimensi yang menempati urutan kedua yang dianggap penting ini juga mempunyai urutan nilai *gap* tertinggi kedua dari semua dimensi.

4) Nilai rata-rata kinerja (*performance*) dimensi kualitas jasa Jaminan (2,96) < nilai rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) siswa (3,23) yang artinya mempunyai nilai selisih (*gap*) sebesar -0,27. Kinerja dimensi ini dinilai kurang memenuhi harapan siswa.

5) Nilai rata-rata kinerja (*performance*) dimensi kualitas jasa Empati (2,89) < nilai rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) siswa (3,18) yang artinya mempunyai nilai selisih (*gap*) sebesar

-0,29. Kinerja dimensi Empati juga dirasa kurang memenuhi harapan siswa.

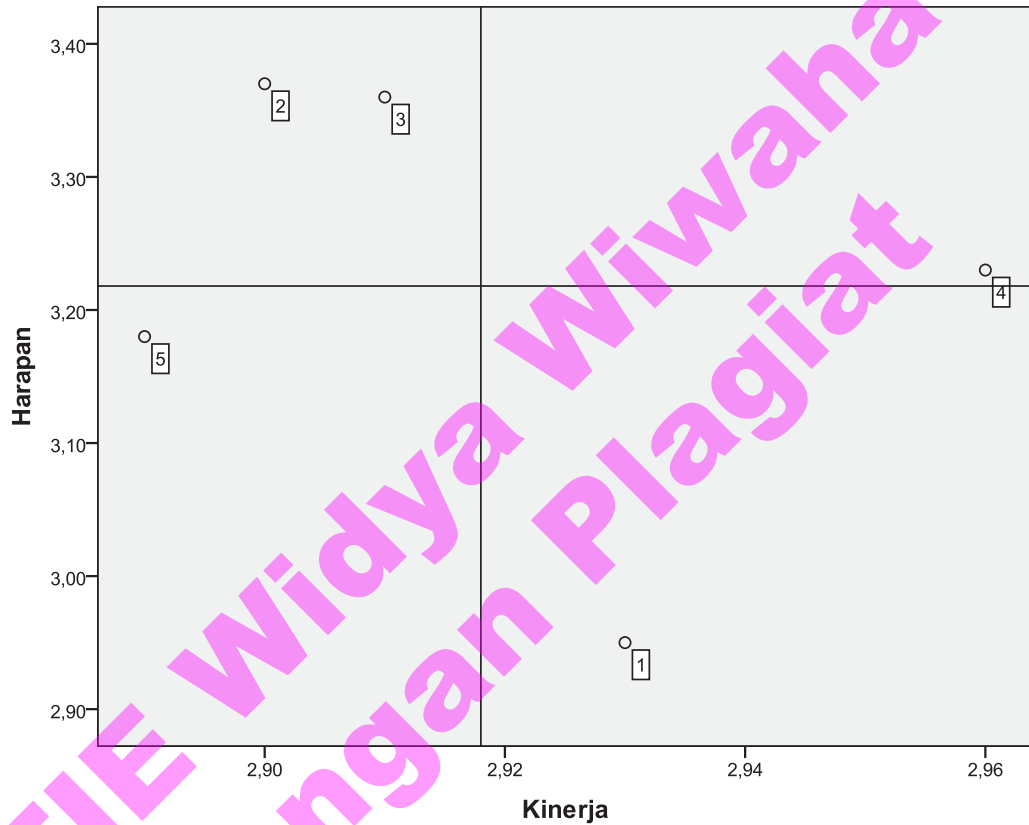
- 6) Evaluasi kepuasan yang dirasakan siswa dari kinerja secara keseluruhan atribut dimensi kualitas jasa sebesar 2,84. Nilai tersebut lebih rendah dari nilai kepuasan yang diharapkan yaitu sebesar 3,47.
- 7) Seluruh atribut mempunyai selisih (*gap*) yang menunjukkan bahwa kinerja pelayanan yang diberikan belum mampu memenuhi harapan konsumen.

STIE Widya Winaha
Jangan Plagiat

Berdasarkan analisis data pada diagram kartesius, posisi atribut dimensi kualitas jasa tampak seperti gambar 4.1. berikut:

Gambar 4.1. *Importance Performance Analysis* SMK

Muhammadiyah 2 Wates



Sumber: Data Primer diolah (2016)

Keterangan:

Kuadran A (Konsentrasi di Sini):

Terletak di sebelah kiri atas, atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah Keandalan (*reliability*), atribut 2 dan Daya Tanggap (*responsiveness*), atribut 3: hal ini menunjukkan bahwa kinerja

dimensi jasa keandalan relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan harapan konsumen.

Kuadran B (Teruskan Pekerjaan yang Baik):

Terletak di sebelah kanan atas, atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah Jaminan (*assurance*), atribut 4: meski dalam penghitungan data ada selisih (*gap*), namun dimensi ini relatif sama dengan keinginan konsumen maka SMK Muhammadiyah 2 Wates dapat memper-tahankan serta mengembangkan kinerja agar lebih baik lagi.

Kuadran C (Prioritas Rendah):

Terletak di sebelah kiri bawah, atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah Empati (*emphaty*), atribut 5: atribut yang termasuk dalam kuadran ini merupakan atribut yang dianggap kurang penting dan kinerjanya kurang begitu diperhatikan oleh konsumen namun harus tetap diperhatikan kinerjanya sesuai tingkat kepentingan konsumen agar tetap terjaga kinerja secara keseluruhan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kuadran D (Berlebihan):

Terletak di sebelah kanan bawah, atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah Bukti Fisik (*tangibles*), atribut 1: bukti fisik dinilai kurang penting oleh konsumen dan kinerja dimensi jasa ini dinilai berlebihan. Ada baiknya kinerja bukti fisik untuk instansi pendidikan tetap dilakukan dengan baik demi memenuhi kepuasan konsumen

karena jika tidak demikian, dapat berpengaruh secara signifikan dengan atribut yang lain.

4.4. Pembahasan Hasil Analisis

Hasil analisis dari olah data di atas diketahui bahwa secara keseluruhan masing-masing atribut masih di bawah harapan konsumen. Artinya, masih ada kesenjangan (*gap*) antara tingkat kepentingan/harapan konsumen dengan kinerja (*performance*) SMK Muhammadiyah 2 Wates.

Hasil olah data dari Analisis Kepentingan Kinerja (*Importance Performance Analysis*), atribut dimensi kualitas jasa tersebar pada semua kuadran dan masing-masing posisi mempunyai interpretasi dan implikasi strategi yang berbeda, di antaranya:

Strategi untuk dimensi kualitas jasa Keandalan (*reliability*), atribut 2 dan Daya Tanggap (*responsiveness*), atribut 3 yang berada pada posisi Kuadran A yaitu SMK Muhammadiyah 2 Wates harus berkonsentrasi dalam meningkatkan kinerja pelayanan jasanya agar kinerjanya menjadi lebih baik lagi, karena atribut dalam kuadran ini mempunyai nilai tingkat kepentingan yang tinggi bagi konsumen. Cara yang dapat dilakukan yaitu memperbaiki kedisiplinan pegawai, keadilan pelayanan, keramahan pegawai kepada siswa, konsisten dan seimbang dalam pemberian materi teori dan praktik, serta jumlah pegawai yang memadai. Selain itu, dari dimensi kualitas jasa Daya Tanggap sendiri kinerjanya dapat ditingkatkan dengan cara memberi motivasi melalui *Class Visit* dari Bimbingan & Konseling, keaktifan ekstrakurikuler ditingkatkan, adanya kegiatan/program sekolah yang

mampu meningkatkan prestasi siswa, serta memperbaiki keefektifan dalam berhubungan dengan staf pengajar maupun staf administrasi.

Strategi untuk dimensi kualitas jasa Jaminan (*assurance*), atribut 4 yang berada pada posisi Kuadran B yaitu SMK Muhammadiyah 2 Wates dapat melakukan alternatif perbaikan kinerja dengan cara mempertahankan kinerja karena pada atribut ini mempunyai nilai rata-rata kinerja tertinggi di antara atribut dimensi kualitas jasa yang lain tetapi harus dilakukan upaya untuk meningkatkan kinerja dimensi ini karena masih ada kesenjangan (*gap*) antara kinerja pihak sekolah dengan harapan siswa. Cara yang dapat ditempuh yaitu dengan menjamin bahwa pegawai dapat dipercaya, fasilitas, sarana prasarana dan pegawai mampu memberi rasa aman kepada siswa, serta media pendukung belajar yang memadai sesuai perkembangan teknologi, serta kemampuan pengajar yang handal sehingga siswa merasakan kepuasan dari upaya tersebut.

Strategi untuk dimensi kualitas jasa Empati (*emphaty*), atribut 5 yang berada pada posisi Kuadran C yaitu SMK Muhammadiyah 2 Wates hendaknya tetap mempertahankan dimensi yang termasuk dalam kuadran ini meskipun konsumen menilai dimensi ini kurang penting untuk diperhatikan. Kinerja pada atribut ini tetap harus dilaksanakan sesuai program perencanaan yang mampu membuat konsumen merasa lebih puas lagi karena tingkat kepentingan konsumen dapat berubah seiring dengan meningkatnya kebutuhan.

Strategi untuk dimensi kualitas jasa Bukti Fisik (*tangibles*), atribut 1 yang berada pada posisi Kuadran D yaitu SMK Muhammadiyah 2 Wates dinilai berlebihan dalam melakukan kinerjanya. Kinerja pada atribut ini baik untuk dilakukan maksimal, namun harus tetap memperhatikan persentase porsi antara atribut bukti fisik dengan atribut pada dimensi lain agar pemenuhan kepuasan konsumen dapat tercipta secara maksimal.

Evaluasi tingkat perasaan konsumen terhadap pelayanan SMK Muhammadiyah 2 Wates yaitu mempunyai nilai sebesar 2,84. Dilihat dari posisi penghitungan interval sebagai berikut (Sugiyono, 2002):

Nilai 1,00 – 1,74	: Perasaan Tidak Puas
Nilai 1,75 – 2,49	: Perasaan Netral/Cukup
Nilai 2,50 – 3,24	: Perasaan Puas
Nilai 3,25 – 4,00	: Perasaan Sangat Puas

Nilai tersebut berada pada interval nilai 2,50 – 3,24 yang berarti siswa “Puas” terhadap kinerja SMK Muhammadiyah 2 Wates meskipun terdapat kesenjangan antara nilai rata-rata harapan kepuasan dengan nilai rata-rata kinerja kepuasannya.

Perasaan yang dinilai puas oleh siswa meskipun adanya kesenjangan antara harapan dengan kinerjanya ini karena semua penilaian kinerja SMK Muhammadiyah 2 Wates oleh siswa yaitu “Baik” yang mana nilai dapat dilihat dari Tabel 4.7.

Berdasarkan perolehan penghitungan *gap* seperti pada Tabel 4.8, selisih nilai kinerja dengan harapan relatif kecil. Meskipun kepuasan yang

diperoleh siswa tidak berada pada kriteria tingkat kepuasan “Sangat Puas”, namun penilaian “Puas” dari siswa ini menyatakan bahwa kebutuhan siswa untuk memperoleh pendidikan di SMK Muhammadiyah 2 Wates relatif terpenuhi.

Rasa puas yang dirasakan oleh siswa tetap harus diupayakan perbaikan mengingat adanya kesenjangan kinerjanya. Selain itu juga mengingat daya saing SMK Muhammadiyah 2 Wates dengan sekolah lain juga sangat rendah seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1.2 mengenai Peringkat Sekolah SMK di Kulon Progo Tahun 2014/2015.

STIE Widya Winahana
Jangan Plagiat

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya mengenai analisis kepuasan terhadap kualitas pelayanan SMK Muhammadiyah 2 Wates, Hasil penelitian didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1. Penilaian responden terhadap pertanyaan atribut dimensi kualitas pelayanan kinerja SMK Muhammadiyah 2 Wates menghasilkan nilai rata-rata lebih rendah daripada nilai rata-rata harapannya. Adanya selisih/*gap* tersebut menunjukkan bahwa kinerja berdasarkan dimensi kualitas jasa SMK Muhammadiyah 2 Wates belum mampu memenuhi kebutuhan siswa secara optimal. Besarnya selisih nilai tersebut berbeda-beda antara dimensi jasa yang satu dengan yang lain sehingga penyebaran pada diagram kartesius juga beragam sesuai nilai koordinatnya. Penilaian kualitas pelayanan SMK Muhammadiyah 2 Wates Kulon Progo tersebut antara lain:

- 1) Kinerja dimensi jasa Bukti Fisik (*tangibles*) $2,93 <$ nilai rata-rata harapan siswa yaitu $2,95$. Selisih/*gap* sebesar $-0,02$. Dimensi ini menempati kuadran D pada diagram kartesius.

- 2) Kinerja dimensi jasa Keandalan (*reliability*) 2,90 < nilai rata-rata harapan siswa yaitu 3,37. Selisih/gap sebesar -0,47. Dimensi ini menempati kuadran A pada diagram kartesius.
- 3) Kinerja dimensi jasa Daya Tanggap (*Responsiveness*) 2,91 < nilai rata-rata harapan siswa yaitu 3,36. Selisih/gap sebesar -0,45. Dimensi ini menempati kuadran A pada diagram kartesius.
- 4) Kinerja dimensi jasa Jaminan (*assurance*) 2,96 < nilai rata-rata harapan siswa yaitu 3,23. Selisih/gap sebesar -0,27. Dimensi ini menempati kuadran B pada diagram kartesius.
- 5) Kinerja dimensi jasa Empati (*emphaty*) 2,89 < nilai rata-rata harapan siswa yaitu 3,18. Selisih/gap sebesar -0,29. Dimensi ini menempati kuadran C pada diagram kartesius.

Dimensi kualitas jasa yang mempunyai nilai tingkat kepentingan tertinggi yaitu Keandalan (*reliability*) dan terendah yaitu dimensi kualitas jasa Bukti Fisik (*tangibles*). Sedangkan dimensi kualitas jasa yang mempunyai nilai kinerja tertinggi yaitu Jaminan (*assurance*) dan yang terendah yaitu Empati (*emphaty*).

5.1.2. Tingkat kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) terhadap kinerja kualitas pelayanan SMK Muhammadiyah 2 Wates berdasarkan penilaian 100 responden sebesar 2,84 yang nilai tersebut berada pada posisi interval nilai 2,50 – 3,24 yang berarti konsumen “Puas” terhadap kinerja yang dilakukan oleh SMK

Muhammadiyah 2 Wates meskipun nilai tersebut ada selisih dengan tingkat kepuasan yang diharapkan.

5.2. Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan kepada SMK Muhammadiyah 2 Wates Kulon Progo sebagai strategi meningkatkan mutu pendidikan adalah sebagai berikut:

5.2.1. Prioritaskan dan perbaiki atribut dimensi kualitas jasa yang mempunyai rata-rata nilai tingkat kepentingan tinggi yaitu Keandalan (*reliability*) dan Daya Tanggap (*responsiveness*) dengan cara:

- 1) Meningkatkan kedisiplinan guru dan pegawai agar dapat menjadi contoh baik bagi siswa.
- 2) Meningkatkan rasa adil dalam melayani kebutuhan siswa.
- 3) Seimbangkan materi antara teori dan praktik.
- 4) Adanya pelatihan dan pengembangan bagi pendidik agar lebih memadai.
- 5) Adanya pemberian materi di luar mata pelajaran yang berkaitan dengan upaya peningkatan motivasi yang tidak hanya mengarah pada pendidikan ilmu sosial dan teknologi saja melainkan juga meningkatkan ilmu agama yang kuat agar terbentuk pribadi seseorang yang beiman dan bertaqwa.
- 6) Adanya ekstrakurikuler yang mendukung ilmu sesuai bidang kompetensi kejurumannya.

7) Ciptakan cara komunikasi yang efektif untuk siswa dapat berhubungan dengan staf pengajar maupun staf administrasi.

5.2.2. Mengembangkan upaya perbaikan pada dimensi kualitas jasa Jaminan (*assurance*) meskipun mendapat nilai kepuasan kinerja tertinggi dari yang dilakukan oleh SMK Muhammadiyah 2 Wates karena atribut ini termasuk dimensi yang dianggap penting dan masih adanya kesenjangan antara kinerja sekolah dengan harapan siswa.

5.2.3. Tidak mengurangi tingkat kinerja (*performance*) pada atribut yang termasuk dalam kuadran yaitu Empati (*emphaty*) dan Bukti Fisik (*tangibles*) yang dianggap siswa mempunyai porsi prioritas rendah maupun dianggap berlebihan karena seiring perkembangannya, kebutuhan konsumen pun akan berubah/berkembang.

Perbaikan kualitas pelayanan tersebut diharapkan mampu membuat SMK Muhammadiyah 2 Wates mempunyai kualitas daya saing yang lebih baik lagi dalam memajukan mutu pendidikan minimal persaingan antar sekoah tingkat SMK/SMA yang ada di Kulon Progo.

Sementara itu, saran yang dapat disampaikan penulis kepada peneliti di waktu mendatang yang mempunyai maksud untuk melakukan penelitian yang serupa dengan penelitian ini antara lain:

1) Lakukan penelitian dengan melibatkan lebih dari 1 (satu) sekolah untuk membandingkan secara lebih rinci/spesifik lagi pada masalah bidang pendidikan formal.

- 2) Lakukan penelitian dengan mengambil sampel yang nilai presisi/batas toleransi kesalahannya (ϵ) 5% agar semakin akurat sampel yang digunakan untuk mewakili populasinya.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, J. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1997). *Dasar-dasar Pemasaran* (Jilid 2). Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 8). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol* (Edisi 9). Jakarta: Prenhallindo
- Lupiyoadi, R. & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 2). Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2002). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Suharyadi & Purwanto S.K. (2003). *Statistika: Untuk Ekonomi & Keuangan Modern* (Buku 1). Jakarta: Salemba Empat
- Suharyadi & Purwanto S.K. (2004). *Statistika: Untuk Ekonomi & Keuangan Modern* (Buku 2). Jakarta, Indonesia: Salemba Empat
- Tjiptono, F. (1999). *Strategi Pemasaran* (Edisi 2). Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2000). *Prinsip-prinsip Total Quality Service* (Edisi 2). Yogyakarta: Andi
- Umar, H. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: STIM YKPN Yogyakarta
- Yazid. (1999). *Pemasaran Jasa* (Edisi 1). Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII
- Admin. (2014). <http://kemenag.go.id>: “UU Nomor 20 tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional”. Diakses pada tanggal 30 Oktober 2015
- Admin. (2015). <http://news.okezone.com>: “Bahu Membahu Perbaiki Pendidikan Indonesia”. Diakses pada tanggal 30 Oktober 2015

Dinas Pendidikan. (2014). <http://pendidikan.kulonprogokab.go.id>:
“*Penetapan Jumlah Siswa dan Rombel PPDB 2014*”. Diakses pada
tanggal 02 November 2015

Dinas Pendidikan. (2014). <http://pendidikan.kulonprogokab.go.id>: “*Daftar
Peringkat Sekolah di Kulon Progo Berdasar Nilai UN Tahun 2014*”.
Diakses pada tanggal 05 November 2015

Henisatyanto. (2011). <http://henisatyanto.wordpress.com>: “*Analisis
Kebijakan Porsi SMK 70 dan SMA 30*”. Diakses pada tanggal 01
November 2015

STIE Widya Wiwahana
Jangan Plagiat