

USULAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN JASA PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY* (SERVQUAL) DI LBPP LIA MARTADINATA KOTA BANDUNG*

LUTHFI NUGRAHA, YUNIAR, AMBAR HARSONO

Jurusan Teknik Industri
Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung

Email: luthfi.nugraha37@yahoo.co.id

ABSTRAK

LBPP LIA Martadinata harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa agar mampu bersaing dengan lembaga-lembaga pendidikan bahasa inggris lainnya. Service Quality (SERVQUAL) merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa berdasarkan analisis terhadap 5 Gap. Kuesioner penelitian terdiri dari 20 atribut kualitas pelayanan yang diturunkan berdasarkan 5 dimensi pokok kualitas jasa (Zeithaml, et al, 1990). Hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat 20 atribut pelayanan jasa bernilai negatif pada Gap 5. Terdapat masing-masing 10 atribut yang ditemukan bernilai negatif pada perhitungan Gap 1 dan Gap 3, yang merupakan penyebab terjadinya Gap 5 bernilai negatif. Selain itu terdapat pula 3 atribut yang telah dijanjikan dan dikomunikasikan secara eksternal oleh lembaga, bernilai negatif pada perhitungan Gap 4.

Kata kunci: Pendidikan Bahasa Inggris, Kualitas Pelayanan, *SERVQUAL*, Gap

ABSTRACT

LBPP LIA Martadinata should be able to maintain and improve the quality of services in order to compete with the other english educational institutions. Service quality (SERVQUAL) is one of methods that can be used to improve the quality of services based on an analysis of the Gap 5. The questionnaire consisted of 20 attributes of service quality are derived based on the 5 key dimensions of service quality(Zeithaml, et al, 1990). Calculation shows that there are 20 attributes of services is negative in the Gap 5. There are 10 attributes each of which has a negative value in the calculation of the Gap 1 and Gap 3 which is the cause of the Gap 5 is negative. In addition, there are also 3 attributes that have been promised and communicated externally by the agency, is negative in the calculation of the Gap 4.

Keywords: Education of English Language, Quality Service, *SERVQUAL*, Gap

* Makalah ini merupakan ringkasan dari Tugas Akhir yang disusun oleh penulis pertama dengan bimbingan penulis kedua dan ketiga. Makalah ini merupakan draft awal dan akan disempurnakan oleh para penulis untuk disajikan pada seminar nasional dan/atau jurnal nasional.

1. PENDAHULUAN

1.1 Pengantar

Perkembangan dunia pendidikan di Indonesia sangat berkembang dengan pesat. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyak bermunculan penyelenggara pendidikan baik dari pemerintahan mau pihak swasta. LBPP LIA merupakan salah satu lembaga pendidikan yang bergerak dibidang bahasa khususnya bahasa inggris yang diselenggarakan oleh pihak swasta. Saat ini terdapat banyak lembaga pendidikan bahasa inggris yang berada di Kota Bandung, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat terhadap pelayanan jasa dibidang pendidikan bahasa inggris. Agar dapat bersaing dengan lembaga-lembaga sejenis, LBPP LIA Martadinata harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan harapan dan kebutuhan konsumen

1.2 Identifikasi Masalah

Seiring dengan semakin banyaknya lembaga penyelenggara pendidikan bahasa inggris di Kota Bandung, LBPP LIA Martadinata harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa agar dapat bersaing dalam menyampaikan pelayanan jasa dibidang pendidikan bahasa inggris. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa yaitu metode *Service Quality*. Metode ini dapat menganalisis kebutuhan konsumen dan menganalisis penyebab terjadinya ketidakpuasan konsumen berdasarkan analisis terhadap 5 Gap yang terjadi. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis tingkat kualitas pelayanan di LBPP LIA Martadinata, serta memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan berdasarkan hasil pengukuran dengan menggunakan metode *Service Quality*.

2. STUDI LITERATUR

2.1 Jasa

Menurut (Kotler, 2000 dalam Tjiptono, 2005) jasa didefinisikan sebagai "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.

2.2 Dimensi Kualitas Jasa

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam Tjiptono (2005) berhasil mengidentifikasi 5 (lima) dimensi pokok kualitas jasa diantaranya adalah: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.

2.3 Metode *Service Quality*

Model kualitas jasa yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah model *SERVQUAL* (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa: reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon interlokal, perbankan, ritel, dan pialang sekuritas. Model yang dikenal pula dengan istilah *Gap Analysis Model* ini berkaitan erat dengan model kepuasan konsumen yang didasarkan pada ancangan diskonfirmasi Oliver (1997) dalam Tjiptono (2005). Berikut ini merupakan beberapa Gap yang akan dianalisis pada metode *Service Quality* diantaranya:

1. Gap 1, merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen.

2. Gap 2, merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap spesifikasi kualitas jasa.
3. Gap 3, merupakan kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa.
4. Gap 4, merupakan kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal
5. Gap 5, merupakan kesenjangan antara persepsi dengan ekspektasi konsumen.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian

Penelitian ini terdiri dari beberapa tahap pengerjaan diantaranya merumuskan masalah terkait kualitas pelayanan di LBPP LIA Martadinata, mengidentifikasi metode pemecahan masalah berdasarkan studi literatur, mengidentifikasi dimensi model *servqual* serta merancang skala ukur kuesioner, mengidentifikasi karakteristik responden, menentukan desain sampling, menguji alat ukur, penyebaran kuesioner penelitian, mengolah data Gap yang terdiri dari Gap 5, Gap 1, Gap 2, Gap 3, dan Gap 4, melakukan analisis serta menarik kesimpulan hasil penelitian.

3.2 Rumusan Masalah

Tahap ini dilakukan untuk merumuskan permasalahan terkait dengan peningkatan kualitas pelayanan di LBPP LIA Martadinata, sehingga LBPP LIA Martadinata mampu bersaing dalam menyediakan kualitas pelayanan pendidikan bahasa inggris dengan lembaga-lembaga sejenis lainnya.

3.3 Identifikasi Metode Pemecahan Masalah

Tahap ini dilakukan untuk menentukan metode pemecahan masalah yang akan digunakan pada penelitian ini. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu Metode *Service Quality*, sebab metode ini mampu menganalisis kebutuhan konsumen dan penyebab terjadinya ketidakpuasan konsumen berdasarkan analisis terhadap 5 Gap.

3.4 Studi Literatur

Studi literatur merupakan kumpulan materi yang dijadikan sebagai acuan dan penunjang dalam penelitian ini. Selain itu, materi-materi ini digunakan sebagai landasan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini.

3.5 Identifikasi Dimensi, Atribut Model *SERVQUAL*, dan Rancangan Skala Ukur

Atribut-atribut pelayanan jasa pada pengukuran dengan menggunakan metode *servqual*, mengacu pada 5 (lima) dimensi pokok kualitas jasa (Parasuraman, dkk, 1988) diantaranya: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Sedangkan untuk rancangan skala ukur, menggunakan skala *likert* berjumlah genap.

3.6 Identifikasi Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, pihak-pihak yang dijadikan responden penelitian terdiri dari pihak manajemen, pegawai, guru, dan peserta didik yang terdaftar di LBPP LIA Martadinata. Kriteria peserta didik yang dijadikan sebagai responden penelitian yaitu peserta didik yang

berada pada program kelas *english for adult*, *conversation in english*, dan *LIA preparation course for the TOEFL*, serta peserta didik yang telah mengikuti pembelajaran sebanyak 2 level.

3.7 Desain Sampling

Pada tahap desain *sampling* terdiri dari teknik *sampling* dan penentuan ukuran sampel yang dibutuhkan dalam penelitian. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *sampling* acak stratifikasi proporsional. Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin*, dimana perlu diketahui terlebih dahulu jumlah populasi responden penelitian.

3.8 Pengujian Alat Ukur

Rancangan alat ukur (kuesioner penelitian) perlu diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan relevan dan akurat. Pengujian alat ukur dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

3.9 Penyebaran Kuesioner Penelitian

Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan untuk mengumpulkan data atau informasi yang akan digunakan pada penelitian ini. Kuesioner penelitian disebarkan kepada responden penelitian yang terdiri dari pihak manajemen, pegawai, guru, dan peserta didik.

3.10 Pengolahan Data

Setelah semua data hasil penyebaran kuesioner terkumpul, selanjutnya data diolah dengan melakukan perhitungan Gap. pengolahan data dilakukan bertahap sesuai dengan urutan analisis Gap pada metode *servqual* yang terdiri dari perhitungan Gap 5, Gap 1, Gap 2, Gap 3, dan Gap 4.

3.11 Analisis

Analisis dilakukan berdasarkan hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan. Dari hasil analisis ini maka selanjutnya akan dibuat usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

3.12 Kesimpulan

Pada tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk memberikan gambaran hasil penelitian secara keseluruhan.

4. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Data Umum Perusahaan

Data ini digunakan untuk memberikan deskripsi umum tentang LBPP LIA Martadinata yang terdiri dari sejarah dan motto lembaga.

4.1.2 Hasil Identifikasi Atribut Kualitas Jasa

Berikut ini merupakan hasil identifikasi atribut kualitas jasa yang diturunkan berdasarkan 5 (lima) dimensi pokok kualitas jasa.

Tabel 1. Hasil Identifikasi Atribut Kualitas Jasa

Dimensi	Sub Dimensi	Deskripsi	No	Atribut Pelayanan
Tangibles (Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal)	<i>Appearance of physical facilities</i>	Keadaan ruangan	1	Memiliki tempat parkir yang memadai
			2	Memiliki ruang kelas yang memadai, bersih, dan nyaman
			3	Memiliki ruang mushola yang rapi, bersih, dan nyaman
	<i>Appearance of equipment</i>	Alat-alat (meliputi alat bantu) yang terdapat pada lembaga	4	Memiliki alat pendukung pembelajaran (seperti AC, papan tulis, proyektor, laptop, dll)
			5	Memiliki fasilitas akses internet (kabel atau wifi)
	<i>Appearance of personel</i>	Penampilan pengajar/pegawai	6	Pengajar berpenampilan rapi, bersih, sopan dan menarik
<i>Reliability</i>	<i>Ability to perform the promised service dependably and accurate</i>	Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan	7	Pengajar tepat waktu pada saat masuk dan keluar kelas
<i>Responsiveness</i>	<i>Willingness to help customer and provide prompt service</i>	Kesediaan untuk membantu konsumen dan memberikan layanan secara cepat dan tepat	8	<i>Front office</i> mampu memberikan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan oleh konsumen dengan segera
Assurance (perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga dan lembaga bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya)	<i>Credibility</i>	Meliputi sifat jujur dan dapat dipercaya	9	Biaya pendidikan sesuai dengan kualitas pelayanan jasa pendidikan yang diberikan
	<i>Competence</i>	Keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu	10	Seluruh pegawai dan staff (karyawan <i>front office</i> dan satpam) memiliki keahlian dan keterampilan dalam melaksanakan tugasnya
			11	Pengajar mampu menyampaikan materi dengan baik, jelas, dan mudah di mengerti
			12	Pengajar mampu memotivasi peserta didik agar mampu berbahasa inggris dengan mahir (secara tertulis/lisan)
	<i>Courtesy</i>	Memiliki rasa hormat, sopan, sikap, perhatian, dan bersahabat	13	Pengajar bersikap ramah dan sopan terhadap peserta
			14	Pegawai <i>front office</i> bersikap ramah dan sopan terhadap peserta didik
	<i>Security</i>	Bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan	15	Memberikan rasa aman kepada peserta didik terhadap kendaraan yang dibawa
			16	Memberikan rasa aman kepada peserta didik terhadap barang yang dibawa
Empathy (kemudahan hubungan komunikasi yang baik dan dapat memahami kebutuhan pelanggan)	<i>Acces</i>	Kemudahan untuk dihubungi dan ditemui	17	Sarana komunikasi yang dimiliki seperti telepon, fax, dll mudah untuk dihubungi
	Communication	Memberikan komunikasi kepada konsumen dengan bahasa yang mudah dipahami	18	Informasi yang diberikan oleh <i>front office</i> mudah dimengerti
			19	Memiliki kurikulum standar internasional
	<i>Understanding The Customer</i>	Usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan	20	Memiliki native speaker atau pengajar yang didatangkan langsung dari luar negeri

4.1.3 Penentuan Ukuran Sampel

Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *slovin*, dimana jumlah populasi diketahui sebanyak 488 orang sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 83 orang. Namun untuk menghindari adanya kesalahan pengisian dilakukan penambahan jumlah sampel sebesar 10 sampel, sehingga jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 93 orang. Penyebaran kuesioner terhadap sampel dilakukan secara proporsional berdasarkan program kelas bahasa inggris yang tersedia di LIA Martadinata diantaranya, kelas *concersation, elementary, intermediate, high intermediate*, dan TOEFL.

4.2 Pengujian Alat Ukur

Pengujian alat ukur dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Perhitungan uji validitas menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, dimana dari hasil perhitungan didapatkan nilai r_{hitung} kuesioner penelitian $> r_{tabel(10\%,28)}$. Hal ini

menunjukkan bahwa kuesioner penelitian dinyatakan valid. Sedangkan untuk perhitungan uji reliabilitas menggunakan rumus perhitungan *alpha cronbach*, dimana dari hasil perhitungan didapatkan nilai *alpha* kuesioner penelitian > 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner penelitian dinyatakan reliabel.

4.3 Penyebaran Kuesioner

Setiap jenis kuesioner disebarikan pada pihak responden yang berbeda-beda. Pihak manajemen mendapatkan kuesioner persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen, tingkat kepentingan, *standard performance*, *service delivery*, dan kuesioner atribut tambahan Gap 1 dan 2. Pihak pegawai dan guru mendapatkan kuesioner *service delivery* dan kuesioner atribut tambahan Gap 3 dan Gap 4. Sedangkan untuk peserta didik mendapatkan kuesioner tingkat kepentingan, persepsi, dan ekspektasi konsumen.

4.4 Pengolahan Data

4.4.1 Perhitungan Bobot Kepentingan

Hasil perhitungan bobot kepentingan keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Bobot Kepentingan Keseluruhan

Dimensi	Nomor Atribut	Rata-rata Tingkat Kepentingan Atribut	Rata-rata Tingkat Kepentingan Dimensi	Bobot Kepentingan Dimensi
Tangibles	1	3,344	3,409	0,206
	2	3,613		
	3	3,602		
	4	3,441		
	5	3,312		
	6	3,140		
Reliability	7	3,258	3,258	0,197
Responsiveness	8	3,204	3,204	0,194
Assurance	9	3,430	3,433	0,207
	10	3,441		
	11	3,516		
	12	3,548		
	13	3,462		
	14	3,215		
	15	3,355		
	16	3,495		
Empathy	17	3,204	3,247	0,196
	18	3,172		
	19	3,290		
	20	3,323		
Total		67,366	16,551	1

4.4.2 Perhitungan Bobot Kepentingan Berdasarkan Klasifikasi Kelas

Rekapitulasi hasil perhitungan bobot kepentingan berdasarkan klasifikasi kelas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Bobot Kepentingan Berdasarkan Klasifikasi Kelas

Dimensi	Nomor Atribut	Bobot Kepentingan Kelas <i>Conversation</i>	Bobot Kepentingan Kelas <i>Elementary</i>	Bobot Kepentingan Kelas <i>Intermediate</i>	Bobot Kepentingan Kelas <i>High Intermediate</i>	Bobot Kepentingan Kelas TOEFL
Tangibles	1	0,211	0,208	0,205	0,203	0,201
	2					
	3					
	4					
	5					
	6					
Reliability	7	0,198	0,194	0,200	0,191	0,198
Responsiveness	8	0,195	0,194	0,185	0,208	0,192
Assurance	9	0,207	0,210	0,209	0,204	0,205
	10					
	11					
	12					
	13					
	14					
	15					
	16					
Empathy	17	0,190	0,196	0,200	0,199	0,192
	18					
	19					
	20					

4.4.3 Perhitungan Gap 5 Keseluruhan

Gap 5 merupakan kesenjangan antara persepsi dengan ekspektasi konsumen. Perhitungan Gap 5 keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perhitungan Gap 5 Keseluruhan

Dimensi	No. Atribut	Rata-rata Persepsi Konsumen	Rata-rata Ekspektasi Konsumen	Gap 5	Bobot Kepentingan	Gap 5 Terbobot
Tangibles	1	3,043	3,312	-0,269	0,206	-0,055
	2	3,140	3,355	-0,215		-0,044
	3	2,849	3,355	-0,505		-0,104
	4	3,226	3,409	-0,183		-0,038
	5	2,753	3,484	-0,731		-0,151
	6	3,323	3,430	-0,108		-0,022
Reliability	7	3,333	3,376	-0,043	0,197	-0,008
Responsiveness	8	3,097	3,366	-0,269	0,194	-0,052
	9	2,946	3,290	-0,344		-0,071
Assurance	10	3,108	3,323	-0,215	0,207	-0,045
	11	3,258	3,409	-0,151		-0,031
	12	3,161	3,376	-0,215		-0,045
	13	3,419	3,398	0,022		0,004
	14	3,161	3,355	-0,194		-0,040
	15	3,097	3,398	-0,301		-0,062
	16	3,075	3,333	-0,258		-0,054
	17	2,882	3,301	-0,419		-0,082
Empathy	18	3,043	3,312	-0,269	0,196	-0,053
	19	2,968	3,441	-0,473		-0,093
	20	2,011	3,452	-1,441		-0,283

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4, diketahui bahwa hanya terdapat 1 atribut yang bernilai positif dari 20 atribut kualitas pelayanan yaitu atribut nomor 13.

4.4.4 Perhitungan Gap 5 Berdasarkan Klasifikasi Kelas

Rekapitulasi hasil perhitungan Gap 5 berdasarkan klasifikasi kelas dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Gap 5 Berdasarkan Klasifikasi Kelas

No. Atribut	Gap 5 Kelas Conversation	Gap 5 Kelas Elementary	Gap 5 Kelas Intermediate	Gap 5 Kelas High Intermediate	Gap 5 Kelas TOEFL	Gap 5 Terdeteksi
	A	B	C	D	E	
1	-0,059	-0,149	-0,064	0,000	0,000	A, B, C
2	-0,059	-0,015	-0,070	-0,034	0,000	A, B, C, D
3	-0,117	-0,060	-0,160	-0,034	-0,092	A, B, C, D, E
4	-0,070	0,015	-0,077	-0,023	0,037	A, C, D
5	-0,141	-0,045	-0,282	-0,079	-0,037	A, B, C, D, E
6	-0,035	-0,030	-0,019	-0,011	-0,018	A, B, C, D, E
7	0,000	0,000	-0,013	0,011	-0,054	C, E
8	-0,065	-0,069	-0,046	-0,035	-0,052	A, B, C, D, E
9	-0,115	-0,105	-0,065	-0,057	0,000	A, B, C, D
10	-0,092	-0,075	-0,039	-0,011	0,000	A, B, C, D
11	-0,057	-0,030	-0,046	0,000	0,000	A, B, C
12	-0,080	-0,075	-0,039	-0,034	0,019	A, B, C, D
13	-0,046	0,045	0,013	0,000	0,019	A
14	-0,046	-0,090	-0,033	-0,011	-0,037	A, B, C, D, E
15	-0,092	-0,030	-0,065	-0,079	-0,019	A, B, C, D, E
16	-0,057	-0,015	-0,072	-0,068	-0,019	A, B, C, D, E
17	-0,127	-0,042	-0,112	-0,066	0,000	A, B, C, D
18	-0,063	-0,028	-0,062	-0,077	0,000	A, B, C, D
19	-0,127	-0,056	-0,118	-0,055	-0,070	A, B, C, D, E
20	-0,306	-0,294	-0,312	-0,210	-0,262	A, B, C, D, E

Berdasarkan rekapitulasi pada Tabel 5, atribut nomor 13 di kelas *conversation* masih bernilai negatif, sehingga atribut nomor 13 akan dilanjutkan pada perhitungan Gap selanjutnya bersama-sama dengan 19 atribut lainnya. Untuk mengetahui penyebab nilai negatif.

4.4.5 Perhitungan Bobot Kepentingan Pihak Manajemen

Perhitungan bobot kepentingan pihak manajemen digunakan dalam perhitungan Gap 1. Perhitungan bobot kepentingan pihak manajemen dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Perhitungan Bobot Kepentingan Pihak Manajemen

Dimensi	No. Atribut	Tingkat Kepentingan Atribut Pihak Manajemen	Rata-rata Tingkat Kepentingan Dimensi Pihak Manajemen	Bobot Kepentingan Dimensi Pihak Manajemen
Tangibles	1	3	3,167	0,178
	2	4		
	3	3		
	4	3		
	5	3		
	6	3		
Reliability	7	4	4	0,225
Responsiveness	8	4	4	0,225

Tabel 6. Perhitungan Bobot Kepentingan Pihak Manajemen (Lanjutan)

Dimensi	No. Atribut	Tingkat Kepentingan Atribut Pihak Manajemen	Rata-rata Tingkat Kepentingan Dimensi Pihak Manajemen	Bobot Kepentingan Dimensi Pihak Manajemen
Assurance	9	4	3,375	0,190
	10	4		
	11	4		
	12	3		
	13	3		
	14	3		
	15	3		
Empathy	16	3	3,25	0,183
	17	3		
	18	3		
	19	4		
20		3		
Total			17,792	1

4.4.6 Perhitungan Gap 1 Keseluruhan

Gap 1 merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen. Perhitungan Gap 1 keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Perhitungan Gap 1 Keseluruhan

Dimensi	No. Atribut	Persepsi Manajemen	Rata-rata Ekspektasi Konsumen	Gap 1	Bobot Kepentingan	Gap 1 Terbobot
Tangibles	1	3	3,312	-0,312	0,178	-0,056
	2	3	3,355	-0,355		-0,063
	3	3	3,355	-0,355		-0,063
	4	4	3,409	0,591		0,105
	5	4	3,484	0,516		0,092
	6	3	3,430	-0,430		-0,077
Reliability	7	4	3,376	0,624	0,225	0,140
Responsiveness	8	3	3,366	-0,366	0,225	-0,082
Assurance	9	4	3,290	0,710	0,190	0,135
	10	4	3,323	0,677		0,129
	11	4	3,409	0,591		0,112
	12	3	3,376	-0,376		-0,071
	13	3	3,398	-0,398		-0,075
	14	3	3,355	-0,355		-0,067
	15	4	3,398	0,602		0,114
	16	4	3,333	0,667		0,126
Empathy	17	3	3,301	-0,301	0,183	-0,055
	18	4	3,312	0,688		0,126
	19	4	3,441	0,559		0,102
	20	3	3,452	-0,452		-0,082

Pada Tabel 7 diketahui terdapat masing-masing 10 atribut bernilai positif dan negatif.

4.4.7 Perhitungan Gap 1 Berdasarkan Klasifikasi Kelas

Rekapitulasi hasil perhitungan Gap 1 berdasarkan klasifikasi kelas dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Gap 1 Berdasarkan Klasifikasi Kelas

No. Atribut	Gap 1 Kelas Conversation	Gap 1 Kelas Elementary	Gap 1 Kelas Intermediate	Gap 1 Kelas High Intermediate	Gap 1 Kelas TOEFL	Gap 1 Terdeteksi
	A	B	C	D	E	
1	-0,049	-0,114	-0,050	-0,049	-0,016	A, B, C, D, E
2	-0,069	-0,089	-0,056	-0,069	-0,032	A, B, C, D, E
3	-0,069	-0,064	-0,078	-0,040	-0,049	A, B, C, D, E
4	0,089	0,076	0,117	0,109	0,129	-
5	0,109	0,064	0,067	0,129	0,113	-
6	-0,109	-0,114	-0,061	-0,059	-0,049	A, B, C, D, E
7	0,162	0,112	0,148	0,100	0,184	-
8	-0,087	-0,112	-0,077	-0,050	-0,102	A, B, C, D, E
9	0,137	0,095	0,142	0,137	0,155	-
10	0,126	0,108	0,130	0,137	0,138	-
11	0,105	0,122	0,107	0,105	0,138	-
12	-0,084	-0,068	-0,071	-0,063	-0,069	A, B, C, D, E
13	-0,105	-0,068	-0,071	-0,074	-0,052	A, B, C, D, E
14	-0,084	-0,081	-0,053	-0,063	-0,069	A, B, C, D, E
15	0,084	0,135	0,119	0,116	0,121	-
16	0,105	0,122	0,130	0,137	0,138	-
17	-0,091	-0,052	-0,057	-0,041	-0,017	A, B, C, D, E
18	0,112	0,117	0,148	0,112	0,116	-
19	0,071	0,104	0,103	0,132	0,100	-
20	-0,112	-0,104	-0,091	-0,010	-0,100	A, B, C, D, E

Rekapitulasi pada Tabel 8 menunjukkan hasil yang sama dan sesuai seperti pada Tabel 7.

4.4.8 Perhitungan Gap 2

Gap 2 merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap spesifikasi/standar yang diberlakukan. Perhitungan Gap 2 dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Perhitungan Gap 2

Dimensi	No. Atribut	Spesifikasi Kualitas Jasa	Kondisi Ideal	Gap 2
Tangibles	4	4	4	0
	5	4	4	0
Reliability	7	4	4	0
	9	4	4	0
Assurance	10	4	4	0
	11	4	4	0
	15	4	4	0
	16	4	4	0
Empathy	18	4	4	0
	19	4	4	0

Pada Tabel 9 diketahui tidak terdapat atribut yang bernilai negatif.

4.4.9 Perhitungan Gap 3

Gap 3 merupakan kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa. Perhitungan Gap 3 dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Perhitungan Gap 3

Dimensi	No. Atribut	Penyampaian Jasa	Kondisi Ideal	Gap 3
Tangibles	4	3,667	4,000	-0,333
	5	3,333	4,000	-0,667
Reliability	7	3,667	4,000	-0,333
	9	3,667	4,000	-0,333
Assurance	10	3,000	4,000	-1,000
	11	3,333	4,000	-0,667
	15	3,000	4,000	-1,000
	16	3,000	4,000	-1,000
Empathy	18	3,000	4,000	-1,000
	19	3,333	4,000	-0,667

Tabel 10 menunjukkan bahwa 10 atribut pada perhitungan Gap 3 memiliki nilai negatif.

4.4.10 Perhitungan Gap 4 Keseluruhan

Gap 4 merupakan kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal. Perhitungan Gap 4 hanya dilakukan terhadap atribut yang dijanjikan dan dikomunikasikan secara eksternal. Perhitungan Gap 4 keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Perhitungan Gap 4 Keseluruhan

No. Pertanyaan	Atribut Pelayanan	Nilai Rata-rata	Nilai Ideal	Gap 4
1	Memiliki <i>learning center</i> berbasis internet/online	2,935	4	-1,065
2	Memiliki kurikulum standar internasional	3,032	4	-0,968
3	Bekerja sama dengan <i>Oxford University Press</i> (OUP)	3,108	4	-0,892

Tabel 11 menunjukkan bahwa 3 atribut yang dijanjikan dan dikomunikasikan secara eksternal oleh lembaga pada perhitungan Gap 4 masih bernilai negatif.

4.4.11 Perhitungan Gap 4 Berdasarkan Klasifikasi Kelas

Rekapitulasi hasil perhitungan Gap 4 berdasarkan klasifikasi kelas dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Gap 4 Berdasarkan Klasifikasi Kelas

No. Atribut	Gap 4 Kelas <i>Conversation</i>	Gap 4 Kelas <i>Elementary</i>	Gap 4 Kelas <i>Intermediate</i>	Gap 4 Kelas <i>High Intermediate</i>	Gap 4 Kelas TOEFL	Gap 4 Terdeteksi
	A	B	C	D	E	
1	-1,278	-1,286	-0,938	-1,000	-0,909	A, B, C, D, E
2	-1,000	-0,929	-1,000	-0,944	-0,909	A, B, C, D, E
3	-0,833	-0,714	-0,969	-0,944	-0,909	A, B, C, D, E

Rekapitulasi pada Tabel 12 menunjukkan hasil yang sama dan sesuai seperti Tabel 11.

5. ANALISIS DAN USULAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN

5.1 Analisis

5.1.1 Analisis Gap 5

Berdasarkan hasil perhitungan Gap 5, diketahui bahwa terdapat 20 atribut kualitas pelayanan jasa yang bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan akibat terdapat kesenjangan antara persepsi dengan ekspektasi konsumen. Sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui apakah penyebab ketidakpuasan konsumen berasal dari pihak manajemen, spesifikasi kualitas pelayanan, dan penyampaian jasa yang tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen.

5.1.2 Analisis Gap 1

Berdasarkan hasil perhitungan Gap 1, diketahui bahwa terdapat 10 atribut bernilai negatif, diantaranya adalah atribut nomor 1,2,3,6,8,12,13,14,17,20. Hal ini menunjukkan bahwa penyebab Gap 5 bernilai negatif pada 10 atribut tersebut disebabkan oleh pihak manajemen tidak memahami harapan/ekspektasi konsumen. Sisa 10 atribut yang bernilai positif pada Gap 1 akan dilakukan penelitian lebih lanjut pada perhitungan Gap 2

5.1.3 Analisis Gap 2

Berdasarkan hasil perhitungan Gap 2, diketahui bahwa tidak ditemukan atribut bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa penyebab Gap 5 bernilai negatif bukan berasal dari Gap 2 yang merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen dengan standar kualitas pelayanan jasa. Sehingga 10 atribut yang bernilai positif pada Gap 2 akan dilakukan penelitian lebih lanjut pada perhitungan Gap 3.

5.1.4 Analisis Gap 3

Berdasarkan hasil perhitungan Gap 3, diketahui bahwa 10 atribut yang bernilai positif pada Gap 2 memiliki nilai negatif pada Gap 3. Hal ini menunjukkan bahwa penyebab Gap 5 bernilai negatif pada 10 atribut tersebut disebabkan oleh penyampaian jasa yang diberikan tidak sesuai dengan spesifikasi/standar yang telah ditetapkan.

5.1.5 Analisis Gap 4

Terdapat 3 atribut yang dijanjikan dan dikomunikasikan secara eksternal. Berdasarkan hasil perhitungan Gap 4 terhadap atribut-atribut yang dikomunikasikan secara eksternal, diketahui bahwa seluruh atribut bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen disebabkan oleh terdapat kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal.

5.1.6 Analisis Gap Berdasarkan Klasifikasi Kelas

Dari hasil rekapitulasi perhitungan Gap berdasarkan klasifikasi kelas terlihat bahwa pada atribut 3,5,6,8,14,15,16,19,20 seluruh peserta didik dari setiap klasifikasi kelas tidak merasa puas dengan pelayanan diberikan. Atribut yang memiliki performansi yang baik terdapat pada atribut nomor 13 yaitu pengajar bersikap ramah, sebab ketidakpuasan pada atribut ini hanya terdapat pada kelas *conversation* saja. Dari atribut yang berkaitan dengan pengajar, peserta didik pada kelas TOEFL menilai bahwa pengajar mampu memberikan pelayanan jasa sesuai dengan apa yang diharapkan.

5.2 Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diketahui penyebab ketidakpuasan konsumen. Sehingga untuk memperbaiki hal tersebut dapat diberikan usulan peningkatan kualitas pelayanan. Usulan peningkatan perlu dilakukan sesuai dengan penyebab terjadinya ketidakpuasan berdasarkan hasil perhitungan Gap. Berikut ini merupakan usulan peningkatan kualitas pelayanan di LBPP LIA Martadinata berdasarkan penyebab terjadinya ketidakpuasan:

1. Usulan berdasarkan Gap 1 sebagai penyebab ketidakpuasan konsumen:
 - a. Pihak manajemen membuat agenda khusus untuk setiap periode waktu tertentu agar bisa berinteraksi langsung dengan konsumen.
 - b. Pihak manajemen mengadakan forum evaluasi kerja dan sharing bagi para pegawai secara rutin sehingga pihak manajemen dapat mengetahui saran maupun aspirasi dari para pegawainya sekaligus mengevaluasi kinerja pegawai yang bermasalah.
2. Usulan berdasarkan Gap 3 sebagai penyebab ketidakpuasan konsumen:
 - a. Lembaga mengadakan program pelatihan atau magang dimana pegawai yang masih minim pengalaman akan dibimbing oleh pegawai yang sudah memiliki pengalaman pada bidangnya.
 - b. Pihak manajemen memberikan pemahaman atau penjelasan terhadap pegawai yang masih merasa belum paham terhadap tugas yang telah diberikan.
 - c. Memberikan pelatihan secara berkala untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan pegawai dalam melaksanakan tugasnya.
 - d. Membuat informasi mengenai kapasitas tempat parkir agar kondisi parkir kendaraan tidak berdesakan
 - e. Melakukan pengawasan disekitar ruangan kelas secara intensif dengan cara berjaga di sekitar ruang kelas ketika ruang kelas sedang kosong (pada saat jeda pergantian jam belajar) serta memasang cctv disetiap kelas.
 - f. Memperluas wilayah akses penggunaan wifi dengan cara menambah pemasangan wifi dibeberapa titik tempat secara merata dan menyediakan adminisator untuk menginformasikan cara penggunaan wifi
 - g. Melakukan evaluasi cara mengajar secara berkala, sehingga materi yang disampaikan dapat dipahami oleh para peserta didik dengan baik dan jelas
 - h. Melakukan pengadaan alat secara merata untuk setiap kelasnya serta membuat jadwal penggunaan alat selama pengadaan alat baru untuk setiap kelas masih belum memungkinkan. Sehingga dengan adanya penjadwalan alat ini dapat mengakomodir keterbatasan jumlah alat.

- i. Memperbaiki penjadwalan dan menyediakan alokasi waktu yang cukup bagi para guru untuk beristirahat
- j. Menyediakan lemari untuk menyimpan perlengkapan ibadah seperti mukena, sarung, dan sajadah
- k. Melakukan kerjasama dengan lembaga tertentu yang dapat mendatangkan guru atau *native speaker* yang berasal dari luar negeri.

6. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian adalah:

1. Terdapat 20 atribut pelayanan jasa yang bernilai negatif pada perhitungan Gap 5. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak lembaga, sebab masih terdapat kesenjangan antara ekspektasi dengan persepsi konsumen.
2. Terdapat 10 atribut bernilai negatif pada perhitungan Gap 1, diantaranya atribut nomor 1,2,3,6,8,12,13,14,17,20. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen terhadap 10 atribut tersebut disebabkan oleh pihak manajemen tidak mengetahui ekspekstasi konsumen.
3. Pada perhitungan Gap 2 tidak ditemukan atribut bernilai negatif, artinya perusahaan telah memiliki standar atau spesifikasi kualitas pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi konsumen.
4. Terdapat 10 atribut bernilai negatif pada perhitungan Gap 3, diantaranya atribut nomor 4,5,7,9,10,11,15,16,18,19. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen terhadap 10 atribut tersebut disebabkan oleh penyampaian pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan standar atau spesifikasi yang telah ditetapkan.
5. Pada perhitungan Gap 4 terhadap 3 atribut yang dikomunikasikan secara eksternal, menunjukkan bahwa 3 atribut tersebut bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dijanjikan dan dikomunikasikan secara eksternal belum sesuai.
6. Secara keseluruhan peserta didik berdasarkan klasifikasi kelas sudah merasa puas terhadap atribut kualitas pelayanan nomor 13 yaitu pengajar bersikap ramah dan sopan terhadap peserta didik.

REFERENSI

- Singarimbun dan Sofian Effendi. 1989. "*Metode Penelitian Surval*". PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Suliyanto. 2006. "*Metode Riset Bisnis*". Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. "*Service, Quality & Satisfaction*". Andi. Yogyakarta.
- Zeithaml, V.A., A. Parasuraman, dan L.L. Berry. 1990. "*Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception & Expectation*". Simon and Schuster. New York.