

PENGARUH KUALITAS, KOMPETENSI, DAN KOMITMEN KERJA DOSEN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

Oleh: Dominik Tulasi
dosen Tri Bhakti Business School

Abstract

The purpose of this study was to examine the impact of effective independent variables on dependent variable which encompasses: Service quality, Competence and Commitment towards Students' satisfaction at Muhammadiyah Business School Jakarta. This study exposed inductively the positive causal relationship between independent variables toward dependent variable to meet deductive requirement of empirical justification in the field. This study used survey method as a way of quantitative approach to prove theories that had been bounded in this research. Furthermore, the research finding concluded that Lecturers' service quality, competence and commitment are the determinant factors of students' satisfaction in perceiving teaching-learning process as the core value and substance of the subjects. Linked to F test showing independent variables effect on dependent variable at point Anova: 273.712, which has significant meaning simultaneously. The partial t test showing the result effect, job competence at point 0,540, which means it has positive effect; than job commitment showing point 0,492, means that variable has less effect on its dependent variable; and service quality at point 0,964, means it has significant effect on student satisfaction. In short, the result of this finding will impact on the prospect candidate students to be a part of their favorite Campus.

Keywords: Causal relationship, service quality, competence, commitment and job satisfaction.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dampak dari variabel-variabel independen pada variabel dependen yang meliputi: Kualitas jasa, Kompetensi dan Komitmen kerja dosen terhadap kepuasan mahasiswa di STIE Muhammadiyah Jakarta. Penelitian ini mengungkapkan secara induktif hubungan kausal positif antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen untuk memenuhi persyaratan penilaian deduktif empiris di lapangan. Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai pendekatan kuantitatif untuk membuktikan teori-teori yang telah terikat dalam penelitian ini. Selain itu, temuan penelitian menyimpulkan bahwa kualitas layanan, kompetensi dan komitmen dosen adalah faktor penentu kepuasan mahasiswa dalam memandang proses belajar-mengajar sebagai nilai inti dan substansi mata pelajaran. Pertama, uji F menunjukkan variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen pada titik Anova: 273.712, yang memiliki makna pengaruh signifikan secara simultan. Uji t parsial menunjukkan pengaruh hasil, kompetensi kerja pada poin 0,540, yang artinya berpengaruh positif; dari pada komitmen kerja yang menunjukkan poin 0,492, berarti variabel tersebut kurang berpengaruh terhadap variabel dependennya; dan kualitas jasa pada poin 0,964, artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Singkatnya, hasil temuan

ini akan berdampak pada calon mahasiswa untuk menjadi bagian dari Kampus favorit mereka.

Kata kunci: Hubungan kausal, kualitas jasa, kompetensi, komitmen, dan kepuasan pelanggan.

Pendahuluan

Tujuan proses belajar-mengajar di perguruan tinggi adalah bagian dari nilai layanan jasa ilmiah. Penelitian ini mengungkap hubungan sebab akibat antara variabel-variabelnya berdasarkan teori pemasaran jasa dari beberapa ahli yang memasukkan konsep inti dari variabel penelitian ini. Menurut Kotler, Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain, Kotler (2002). Dalam kaitan dengan layanan institusi pendidikan tinggi, Lembaga pendidikan perlu mengenal pasar dan kebutuhan mahasiswanya. Dengan melihat sumber daya manusia sebagai faktor utama dalam institusi pendidikan tinggi untuk menangani layanan jasa belajar-mengajar, maka penelitian ini diarahkan untuk mengamati faktor-faktor dominan guna memenuhi ekspektasi pasar, khusus pasar perguruan tinggi.

Menerapkan kompetensi sumber daya manusia dosen yang dapat diandalkan adalah tujuan mendirikan lembaga pendidikan tinggi. Dan, mengatur layanan jasa berkualitas berdasarkan ide-ide aplikatif dalam mendistribusikannya ke pasar secara efektif dan efisien adalah kunci keberhasilannya. Karyawan yang terlibat dalam tugas fungsional ini haruslah melakukannya dengan kondisi yang menyenangkan; oleh karena, seorang pemberi layanan jasa, mengharapkan peningkatan kualitas jasa pada institusinya. Dalam jurnal *“examining student satisfaction with higher education services”* dikatakan, *‘The study gave a valuable insight into how students perceive the quality of the services offered at a university and how satisfied they are with these offerings. The results show that students’ satisfaction with their university is based on a relatively stable person-environment relationship.’* Dalam konteks tersebut berarti, kepuasan mahasiswa nampak pada bagaimana merefleksikan perbedaan-perbedaan nilai kualitas jasa yang baik, dari semua jasa yang ditawarkan kepada para mahasiswa, sangatlah tergantung pada lingkungan dan atmosfir belajar bagi para mahasiswa di tempat di mana mereka belajar.

Sehubungan dengan layanan pendidikan tinggi, esensi dan inti jasa tergantung pada sikap dan kemampuan dosen sebagai sumber penyedia layanan inti (*core product*). Sedangkan staf administrasi berupaya memelihara nuansa pendidikan dan ikut memelihara lingkungan yang kondusif. Selanjutnya, muatan pendidikan tinggi mengandung dua aspek yakni, aspek pedagogi dan andragogi. Pedagogi adalah wilayah pendidikan yang lebih berfokus pada peserta didik sebelum pendidikan tinggi (SD, SMP dan SMA). Sebaliknya, andragogi lebih fokus dan termuat pada level perguruan tinggi. Andragogi bermakna sebagai suatu proses belajar-mengajar yang berhadapan dengan manusia dewasa atau yang telah dewasa. Dalam hal ini mereka yang melanjutkan pendidikan tinggi formal secara keseluruhan.

Kontribusi pendidikan tinggi untuk menghasilkan kelulusan yang luar biasa akan menjadi kemajuan yang berkelanjutan. Pada akhirnya, hasil dari

layanan pendidikan tinggi adalah menghasilkan intelektual inovatif yang memiliki kemauan dan semangat untuk mengembangkan masyarakat nasional secara keseluruhan. Kualifikasi pendidikan yang dijamin harus keluar dari dalam organisasi yang sehat. Terkait deskripsi di atas, ada dua komunitas pendidikan tinggi. *Pertama*, kemampuan internal lembaga, yang terdiri dari, dosen sebagai 'modal intelektual'. *Kedua*, pihak eksternal atau mahasiswa, sebagai pelanggan prima secara teratur, Heskett (1997). Heskett menghubungkan dua komunitas dalam struktur yang disebut, "elemen rantai keuntungan jasa", yakni, suatu elemen rantai layanan yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang berhubungan langsung dengannya. Keberadaan kemampuan internal bertujuan menghasilkan lulusan berkualitas yang sesuai keinginan dan kebutuhan pengguna atau pasar. *Ketiga*, variabel riset independen, yakni, kualitas jasa, kompetensi, dan komitmen kerja dosen yang relevan menjadi variabel bebas penelitian. Sebaliknya, kepuasan mahasiswa sebagai variabel dependen dalam penelitian.

Pengamatan awal, peneliti menemukan bahwa kemungkinan layanan internal institusi belum optimal memberikan layanan kepada mahasiswanya. Terkait fenomena ini, muncul pertanyaan reflektif; mungkinkah institusi penyedia jasa kurang memberikan kualitas layanan kepada para mahasiswa? atau apakah dosen yang bosan untuk melayani para mahasiswa? Kecurigaan ini terjadi karena observasi pendahuluan memberi tanda-tanda yang menimbulkan pertanyaan-pertanyaan turunannya. Sekalipun observasi pendahuluan tidak mewakili substansi masalah di lapangan. Secara teoritis para pengelola perguruan tinggi seharusnya tidak melihat *market driven* sebagai penyebab mendirikan perguruan tinggi, melainkan lebih menengok pada *customer driven* sebagai penggerak utama aspek pelayanan di perguruan tinggi; yaitu suatu cara memberdayakan dan memenuhi kebutuhan pokok para mahasiswa sebagai penerima jasa pembelajaran berkelanjutan yang dibangun oleh kapabilitas internal.

Oleh karena itu, perguruan tinggi dituntut memupuk keunggulan kompetitifnya dengan mempertajam pelaksanaan 'Tridharma Perguruan Tinggi' melalui upaya kreatif dan inovatif. Dengan demikian, para mahasiswa dan calon mahasiswa akan memilihnya sebagai tempat belajar yang menyenangkan. Komitmen layanan harus berorientasi nilai bagi mahasiswa (*customer value*), dan merupakan prasyarat untuk mendorong dan memotivasi berkembangnya proses belajar-mengajar di perguruan tinggi. Menurunnya minat mahasiswa pada program studi, menggambarkan kualitas jasa (*service quality*) perguruan tinggi yang termuat dalam variabel-variabel: kualitas jasa, kompetensi dan komitmen kerja dosen.

Berdasarkan deskripsi pada pendahuluan, berikut pengidentifikasi variabel-variabel penelitiannya:

1. Seberapa besar kualitas jasa, kompetensi dan komitmen kerja dosen secara simultan berpengaruh pada kepuasan mahasiswa?
2. Seberapa besar kualitas jasa kerja dosen berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa?
3. Seberapa besar kompetensi dosen berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa?
4. Seberapa besar komitmen kerja dosen berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa?

Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, faktor-faktor yang ada, melalui korelasi dan interelasi teori yang berhubungan secara kausal antar variabel bebas. Rumusan masalah penelitian yang bergerak simultan dan parsial sebagai berikut:

1. Apakah benar kualitas jasa, kompetensi, dan komitmen kerja dosen secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa?
2. Apakah benar kualitas jasa kerja dosen berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa?
3. Apakah benar kompetensi dosen berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa?
4. Apakah benar komitmen kerja dosen berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa?

LANDASAN TEORI

Studi terdahulu berjudul, *Student satisfaction and loyalty in Denmark: Application of EPSI (European Performance Satisfaction Index) methodology*. Studi yang dilakukan oleh *Tina Shahsavar* dan *Frantisek Sudzina* di Aalborg University Denmark ini ditemukan dan diverifikasi bahwa ‘kepuasan dan loyalitas mahasiswa terjadi oleh karena citra Universitas, yang dirasakan mahasiswa secara langsung dan berulang. Sedangkan, nilai-nilai, kualitas perangkat lunak dan perangkat keras yang dirasakan dan dialami mahasiswa memenuhi harapan-harapan mahasiswa dan mereka merasa puas selama periode mereka belajar. Harapannya adalah bahwa pengalaman para mahasiswa yang menyenangkan akan menjadi inspirasi bagi Institusi untuk membenahi diri di masa yang akan datang.

Studi berikutnya berjudul, *Higher education service quality and student satisfaction, institutional image, and behavioral intention*. Studi yang dilakukan oleh *Yong Sek Hwang* (*School of Business, Sejong University*) dan *Yung Kyun Choi*, (*Dongguk University*) in South Korea; menemukan bahwa, kepuasan mahasiswa merupakan wujud kualitas jasa yang diramu dalam dimensi-dimensi: *tangible, reliabilities, responsiveness, empathy, and assurance*. Kualitas jasa dan citra institusi berpengaruh langsung pada kepuasan dan perilaku mahasiswa. Meski demikian, kualitas jasa yang dirasakan pengaruhnya kurang signifikan, dibandingkan pengaruh citra Institusi.

Studi penguat berikutnya berjudul: *Examining student satisfaction with higher education services, Using a new measurement tool*. Studi ini dilakukan oleh, *Thorsten Gruber* (*The University of Manchester, UK*), dan *Stefan Fuss* (*University of Education Ludwigsburg, Germany*) serta *Roediger Voss* (*HWZ University, Zuerich, Switzerland*), and *Michaela Gla ser-Zikuda* (*Institute for Educational Science, Jena, Germany*). Lokasi penelitian adalah *University of Education Ludwigsburg, Germany*. Para Peneliti yang menggunakan Skala Likert ini menemukan bahwa, kualitas jasa yang ditawarkan Universitas/Institusi kepada para mahasiswa yakni kepuasan mahasiswa pada Institusi mereka berdasarkan pada lingkungan dan hubungan yang stabil dan harmonis antara para mahasiswa dan lingkungan tempat mereka belajar. Hal ini berarti, kepuasan mahasiswa nampak pada keunikan jasa pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa. Dalam lingkungan yang lebih luas hubungan dan pergaulan di antara para mahasiswa turut berkontribusi pada kepuasan mahasiswa. Terdapat ketidak-puasan mahasiswa yang berhubungan dengan Gedung-gedung kampusnya dan juga kualitas teater perkuliahan.

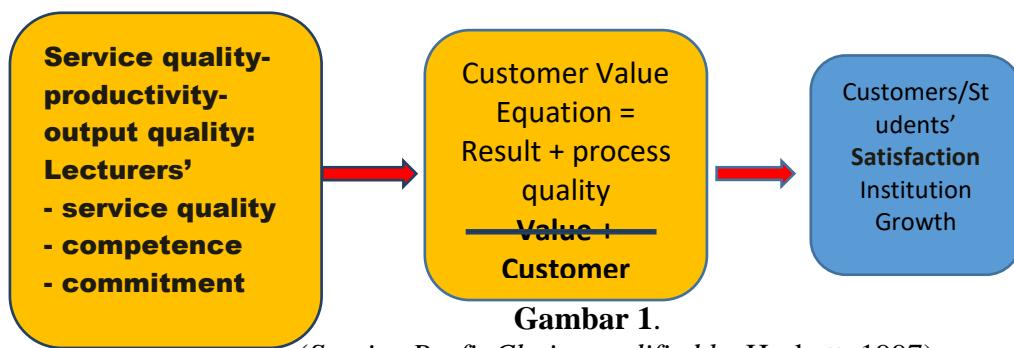
Bagaimana dunia Pendidikan Tinggi di Indonesia? Hingga saat ini dunia pendidikan tinggi menjadi sorotan tajam Pemerintah, khususnya Dirjen Dikti; bukan hanya karena pendidikan tinggi Indonesia kalah bersaing dengan perguruan tinggi negara-negara tetangga di Asia, melainkan terutama karena kualitas jasa pendidikan tinggi makin menurun dari waktu ke waktu. Dan, yang paling memprihatinkan adalah dari 4.504 (Ristek Dikti 2017) perguruan tinggi, yakni 3.136 PTS dan 122 PTN, hampir setiap tahun Dikti memberi label perguruan tinggi abal-abal pada ratusan perguruan tinggi yang lulusannya tidak diakui Pemerintah untuk menjadi pegawai negeri. Dengan kata lain, perguruan tinggi yang tak layak beroperasi diharapkan berhenti menjalankan proses belajar-mengajar. Pada tahun 2017, Dirjen Dikti mengidentifikasi 243 perguruan tinggi (Universitas, Sekolah Tinggi dan Akademi) di seluruh Indonesia, yang lulusannya dilarang menjadi pegawai negeri; oleh karena kualitas lulusannya diragukan. Konsekuensi logisnya, semua status kampusnya dibekukan Kemenristek Dikti, (metrosiantar.com-harianguru.com 2017).

Berkaitan dengan kualitas perguruan tinggi yang memerlukan perhatian khusus dalam meningkatkan kualitas jasa pembelajaran (*service quality*), manajemen perguruan tinggi membutuhkan pengembangan kualitas dosen yang prima di bidangnya masing-masing. Kualitas dosen memegang peranan penting dan strategis di perguruan tinggi. Peran kontributif para dosen, merupakan titik-tolak keberhasilan sumber daya manusia yang kelak memicu pembangunan di segala bidang. Arah dan fokus para dosen tidak hanya terbatas pada bagaimana mengajar (*how to transfer knowledge*), namun juga bagaimana menghasilkan karya ilmiah yang bermutu, dan menyeimbangkan pelaksanaan Tri dharma Perguruan tinggi.

Aktivitas pendidikan tinggi sejatinya menjalankan fungsi jasa (*service*). Penyampaian inti jasa (*core delivery*) dan kinerja *interpersonal* di perguruan tinggi dapat dilihat sebagai perspektif penyedia jasa (*service provider*). Sebaliknya, dari perspektif pelanggan, menurut Johnston (1995), jasa dapat dilihat sebagai suatu pengalaman personal dan merupakan transaksi inti (*core transaction*), yang proporsinya berbeda-beda antar *service output* dan *service encounter*. Interaksi jasa dinamakan ‘*moment of truth*’ (Lovelock, Oliver 1997). Kedua istilah tersebut harus dimaknai secara khusus, oleh karena kontribusi pengalaman masing-masing individu amat berbeda. Dengan kata lain, *service provider* memandang jasa sebagai sebuah proses yang terkait dengan *service operation*. Sebaliknya, mahasiswa sebagai pelanggan, mempersepsinya sebagai sebuah pengalaman hidup yang mencerahkan (*enlightenment*).

Keunggulan kompetitif perguruan tinggi di Indonesia menjadi sorotan tajam bukan hanya Pemerintah melainkan juga masyarakat ikut menilai merosotnya kualitas jasa pendidikan tinggi. Daya kompetisinya lemah di antara negara-negara Asean sekalipun. Menurut Kotler, kontribusi terbesar dunia pendidikan tinggi perlu melibatkan berbagai elemen masyarakat, baik yang terlibat langsung maupun yang tidak langsung, Kotler (1995). Publik utama pendidikan tinggi terdiri dari beragam elemen antara lain: *Foundation, Faculty, Organization, Staff/administration, Prospect students, Parents, Current students, Alumni, General public, Mass media, Local community, Trustee, Competitors, Suppliers, Business community, Legislature government*.

Interaksi berbagai elemen yang disebutkan di atas, berafiliasi dan saling berpengaruh. Berdasarkan pengamatan tersebut, peneliti fokuskan pengamatan pada bidang jasa pendidikan tinggi sebagai penyedia jasa bagi mahasiswa. Penelitian ini terinspirasi oleh paradigma pemikiran Heskett (1997) mengenai ‘*the Service Profit Chain*’, khusus pembahasan mengenai ‘*Operating Strategy and Service Delivery System*’ seperti nampak pada gambar:



Gambar 1.
(*Service Profit Chain*, modified by Heskett, 1997).

Rucci memandang ‘*Service-Profit-Chain*’ tidak lepas dari tujuan dasar entitas bisnis secara umum, yakni menaikkan laba dari aktivitas operasionalnya, meningkatkan kemampulabaan pengelolaan asset, meningkatkan produktivitas serta meningkatkan pertumbuhan perusahaan atau institusi, Rucci (1998). Dalam perspektif Rucci, Heskett melihat hubungan yang sangat erat antara *internal capability* institusi dengan kemampulabaannya. Hal tersebut diperkuat Rogers yang mengatakan, faktor utama pembentuk *internal capability* institusi dalam pelayanan adalah sumber daya manusia (dosen) yang terlibat langsung dalam pelayanan kepada para mahasiswa sebagai pelanggan utama.

Heskett memperkenalkan istilah ‘*a strong satisfaction mirror effect*’, di mana kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila pegawai yang memberikan pelayanan, merasakan perlakuan yang baik dari perusahaan atas pelayanan internal. Situasi tersebut diperkuat oleh Carlson (Kotler, 2004) yang mengatakan: *select only “people who care about people”*. Ringkasnya, terdapat hubungan timbal-balik, antara kualitas jasa karyawan yang berpengaruh pada semangat pelayanannya kepada para pelanggan, yang secara psikologis karyawan memiliki rasa tanggung-jawab dan berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggannya.

Bersandar pada berbagai teori yang telah banyak dikembangkan oleh para ahli pemasaran jasa, hasil observasi peneliti atas fenomena kepuasan mahasiswa, secara normal belum seutuhnya terpenuhi. Artinya, nilai ekspektasi mahasiswa sebagai pelanggan belum optimal dipenuhi oleh pelayanan jasa pendidikan di STIE Muhammadiyah dan kemungkinan juga perguruan tinggi pada umumnya di Indonesia. Sebab, dalam kenyataan, masih banyak perguruan tinggi yang menjalankan pengelolaan perguruan tinggi dan memahaminya secara parsial.

Kualitas kerja dosen

Dalam konteks kualitas, fokusnya ditujukan pada teori dua faktor Herzberg. Teori dua faktor cukup populer dan telah diacu banyak akademisi serta para peneliti; oleh karena relevansinya untuk diadopsi ke dalam situasi deduktif, yang secara empiris dapat diterapkan di lapangan penelitian yang berhubungan langsung dengan sumber daya manusia, dan kebutuhan derivatifnya. Kualitas

kerja berujung pada kepuasan kerja, di mana menurut Davis (1999), “*Job satisfaction is a set of favorable or unfavorable feeling with which employees view their work*”. Kepuasan kerja adalah kumpulan perasaan enak dan tidak enak di mana karyawan/dosen memandang suasana kerjanya.

Bertolak dari pendapat di atas, dapat disintesikan bahwa, kepuasan kerja melalui kualitas kerja dosen berhubungan dengan pekerjaan maupun kondisi perasaan dirinya sendiri dan bagaimana bersikap terhadap pekerjaannya. Menurut pandangan tersebut, kualitas kerja/kepuasan kerja adalah sikap seseorang terhadap pekerjaan dan lingkungannya secara menyeluruh. Sikap berasal dari persepsi karyawan mengenai pekerjaannya. Sedangkan kepuasan kerja berpangkal pada aspek-aspek kerja misalnya: upah, kesempatan promosi, kepemimpinan dan hubungan yang harmonis dengan teman kerja. Kepuasan kerja juga berasal dari faktor lingkungan kerja, seperti gaya memimpin dan mengawasi bawahan, kebijakan, prosedur, kondisi kerja serta tunjangan lainnya, Collins (1994).

Eksplanasi tersebut diperkuat oleh Emerson (1999) “*job satisfaction is a set of favorable feelings and emotions with which employees view their work. Job satisfaction is an effective attitude and feeling of relative like or dislike toward something*”. Kepuasan kerja adalah rentetan perasaan senang dan emosi-emosi yang dengannya para karyawan memandang pekerjaannya. Kepuasan kerja juga merupakan suatu sikap efektif yang relatif suka atau tidak suka terhadap pekerjaannya. Sedangkan, Fornell (1997) memandang kepuasan kerja sebagai hasil keseluruhan dari derajat rasa suka atau tidak sukanya karyawan terhadap berbagai aspek pekerjaannya. Dengan kata lain, kepuasan kerja adalah suatu sikap karyawan terhadap pekerjaannya. Senada dengan pernyataan tersebut, Robbin (Naumann, 1995) menyatakan, “kepuasan kerja adalah sikap umum seorang pegawai terhadap pekerjaannya; selisih antara banyak ganjaran yang diterima seorang pegawai dan banyaknya yang mereka yakini seharusnya mereka terima”.

Secara lugas kepuasan kerja berhubungan erat dengan upaya seseorang dalam bekerja. Karyawan atau dosen yang memiliki kepuasan kerja yang rendah adalah seseorang yang seringkali tidak mau mencoba melakukan yang terbaik, serta jarang meluangkan waktu dan usaha ekstra untuk melakukan pekerjaannya. Kepuasan kerja, umumnya berkaitan dengan teori keadilan, psikologi dan motivasi. Kepuasan kerja dipengaruhi oleh besar kecilnya penghargaan intrinsik dan ekstrinsik. Seseorang yang memiliki kepuasan kerja tinggi cendrung memiliki sifat positif terhadap pekerjaannya, dan sebaliknya, seseorang yang memiliki kepuasan kerja rendah cendrung memiliki sifat negatif terhadap lingkungan kerja, bahkan negatif terhadap dirinya sendiri.

Menyadari deskripsi ilmiah tersebut, maka salah satu sasaran dalam manajemen sumber daya manusia suatu organisasi adalah terciptanya kepuasan kerja anggota organisasi yang bersangkutan. Dan, dampak derivatifnya adalah bermuara pada peningkatan prestasi kerja. Jika dikorelasikan dengan hirarki kebutuhan manusia menurut Abraham Maslow, maka terpenuhinya kebutuhan dasar manusia, akan meningkatkan keinginan untuk dipenuhi tingkat kebutuhan berikutnya dan susul-menyusul untuk dipenuhi hingga mencapai level aktualisasi diri. Oleh karenanya, kebutuhan yang lebih tinggi selalu mendominasi perilaku setiap individu manusia untuk dipenuhi. Secara implisit kebutuhan manusia selalu meningkat, (Goble, Frank 1987). Secara umum hirarki kebutuhan manusia menurut A. Maslow dari dasar hingga kebutuhan paling tinggi: (1) *physiological*

needs, (2) safety or security needs, (3) social or love needs: affection and belongingness, (4) esteem needs, (5) self-actualization.

Hal tersebut dipertegas Kotler (2004), “*human needs are states of felt deprivation and wants are the form human needs take as they are shaped by culture and individual personality*”. Kebutuhan yang belum terpenuhi selalu diinginkan, dan keinginan membangkitkan daya untuk bagaimana memenuhi kebutuhan yang dibentuk oleh budaya, dan secara intrinsik muncul dari dalam kepribadian individu manusia. Dan, terlepas dari cara manusia mengklasifikasi kebutuhannya, terdapat sifat, jenis dan intensitas kebutuhan manusia berbeda dari satu individu dengan individu lainnya. Oleh karenanya, manusia merupakan makluk khas dan unik. Jelaslah bahwa kebutuhan manusia itu tidak hanya berwujud materi, akan tetapi juga bersifat psikologis, mental, intelektual dan bahkan spiritual.

Kepuasan kerja karyawan terkait erat dengan beragam elemen lain di dalam organisasi perusahaan maupun organisasi jasa nirlaba lainnya. Kepuasan karyawan berhubungan dengan kualitas jasa internal lingkup pekerjaan. Kualitas internal berkontribusi terhadap kepuasan kerja karyawan, Heskett (1997). Dan, kualitas internal terukur melalui perasaan-perasaan karyawan terhadap pekerjaan, rekan sejawat, dan organisasi perusahaan secara menyeluruh. Berikut beberapa teori yang berhubungan dengan pemenuhan kepuasan manusia. *Discrepancy theory*, dipelopori oleh Porter (1998), yang mengukur kepuasan kerja seseorang dengan menghitung selisih antara apa yang seharusnya (*das sollen*) dengan kenyataan yang dirasakan (*das sein*).

Selanjutnya Herzberg (Oliver 1997), memisahkan dua kategori pekerjaan dalam ‘*Two Factors Theory*’ yaitu: (1) Hygiene factor (*job context*): keberadaan hygiene factor tidak akan meningkatkan motivasi, namun, jika faktor ini tidak ada, maka akan menimbulkan ketidakpuasan. Dan, yang termasuk dalam faktor ini: (a) organization policy, (b) supervised technique, (c) interpersonal relations, (d) colleague, (e) salary, (f) security of work, (g) work condition. Ke enam faktor yang disebut bertindak sebagai pencegah ketidakpuasan. Dan, semua faktor tersebut didominasi oleh ‘*dissatisfaction*’. (2) Motivator factor (*job content*): dapat memacu seseorang untuk bekerja lebih baik dan bergairah. Dan, yang termasuk kategori ini antara lain: (a) recognition, (b) achievement (c) responsibility (d) the opportunity to progress (e) the work itself. Terpenuhinya faktor-faktor tersebut, menyebabkan karyawan merasa puas, namun, bila tidak terpenuhi, tidak akan mengakibatkan ketidakpuasan yang berlebihan.

Kompetensi dosen

Menurut Mulyono (1998) ‘kompetensi’ adalah kewenangan (kekuasaan) untuk menentukan (memutuskan) sesuatu. Pengertian dasar kompetensi (*competence*) adalah kemampuan atau kecakapan. Kompetensi berasal dari kata ‘*competerre*’ (invinitif, latin) yang berarti mampu, mengungguli, menyesuaikan. Apabila saya mengungguli atau menyesuaikan diri, kata itu akan berubah menjadi “*competeo*”. Perubahan kata kerja (konyugasi). Sosialisasinya dalam bahasa Inggris menjadi ‘*competence*’ (noun) yang berarti keunggulan, kecakapan, kemampuan. Relevansi pengertian kata ini dalam pembahasannya adalah kata *proficiency* yang memiliki arti hampir sama yakni, kemampuan memiliki derajat lebih tinggi. Merefleksikan kemampuan seseorang pada bidang-bidang tertentu atau keterampilan tertentu, seperti komunikasi verbal, keterampilan presentasi,

pengetahuan teknis, pengendalian stress, kemampuan perencanaan dan keterampilan pengambilan keputusan (Heen dan Aime 1997).

Jadi, kompetensi dalam konteks seorang dosen bermakna kemampuan yang mencakup tiga hal seperti yang dikemukakan oleh Dreher (2001) mencakup: (1) kompetensi kognitif, (2) kompetensi afektif, (3) kompetensi psikomotirk. Ketiga kompetensi tersebut merupakan satu kesatuan yang harus dijalankan secara seimbang oleh seorang dosen sebagai fasilitator (*service provider*) untuk melakukan ‘*how to transfer knowledge*’ dan ‘*how to educate*’ kepada mahasiswa di dalam melakukan pelayanan proses belajar-mengajar. Kompetensi adalah sesuatu yang bernilai permanen, meskipun perjalanan makna penggunaannya dapat mengalami bias bahkan menghilang. Namun, semakin sering suatu kompetensi dipergunakan, semakin baik dan semakin bernilai.

Hal tersebut juga memberi inspirasi bagi Porter (1998) dalam penelitiannya, yang menyatakan bahwa, berbagai industri, kompetensi dipercaya sebagai faktor yang memungkinkan organisasi membangun keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dengan cara menyediakan kerangka fungsi-fungsi sumber daya manusia guna dirahkan secara tajam pada aktivitas-aktivitas untuk membangun kapabilitas para karyawan (*employees*). Pernyataan dimaksud dipertegas (Mitrani, Alain 1994) dalam penelitian membuktikan bahwa akumulasi kompetensi-kompetensi yang ada di dalam suatu organisasi dapat diarahkan menjadi faktor keunggulan bersaing suatu perusahaan. Pertimbangan-pertimbangan inilah yang mendasari pendapat Kandola (Hannon et.al., 2000), yang menyatakan bahwa, saat ini kompetensi merupakan basis bagi perusahaan-perusahaan kelas dunia dalam melakukan penetapan strategi usahanya.

Kemampuan, kompetensi juga dapat bermakna “*the state of being legally competent or qualified*” (Mitrani, Alain 1994), yakni keadaan berwewenang atau memenuhi syarat menurut ketentuan hukum. Diperkuat oleh (Heen, Aime 1997), yang menyatakan “*competence is the ability of a teacher to responsibly perform his or her duties appropriately*”. Dan, kompetensi adalah kemampuan seorang guru atau dosen untuk melaksanakan tugasnya secara bertangung-jawab dan sesuai dengan bidang keahliannya dan layak. Dan, menurut Semiawan (2005) “*bila perkembangan ilmu mengalami siklus yang amat pendek—sehingga memunculkan tuntutan teknis tertentu, maka hal tersebut juga berpengaruh pada kompetensi yang dituntut dalam menjalankan profesi tersebut*”. Hubungan antara tuntutan kompetensi yang berubah sepanjangnya menjadikan perguruan tinggi makin berupaya menyesuaikan materi pembelajarannya pada profesi tersebut.

Dengan demikian, dosen yang benar-benar ahli dibidangnya dalam melaksanakan profesi dapat disebut sebagai dosen yang kompeten dan profesional. Lebih lanjut dikatakan, “*kurikulum berbasis kompetensi (KBK) harus memberi ‘ruang’ kepada mahasiswa untuk mengembangkan potensinya seoptimal mungkin belajar sepanjang hayat (life long learning); oleh karena, kompetensi tidak statis, harus tersedia wahana belajar yang dapat mewadahi minimal competence, yang dipersyaratkan hingga mencapai kompetensi ideal*”.

Maka, pengertian dosen profesional adalah dosen yang melaksanakan tugas keguruan dengan kemampuan tinggi (*high proficiency*) sebagai sumber kehidupan. dan yang sebaliknya adalah dosen amatir yang Dunia Barat menyebutnya ‘*subprofessional*’ seperti *teacher aid* (asisten dosen). Selanjutnya Dreher (2001) mengatakan bahwa dalam menjalankan kewenangan

profesionalnya, dosen dituntut memiliki keberagaman kecakapan (*various competencies*) yang bersifat psikologis yang meliputi tiga dimensi, (1) *cognitive competence* (2) *affective competence* (3) *psychomotoric competence*. Dalam kaitan ini, apabila ketiga dimensi diserap ke dalam pilar-pilar pendidikan prakarsa Unesco, mendapat pengertian derivatif yang hampir sepadan. Pilar-pilar pendidikan dimaksud adalah: *learning to know—learning to do—learning to be—learning to live together*. Yang dapat dielaborasi bahwa *learning to know* masuk ranah cipta dan rasa (*cognitive and affective*), *learning to do* masuk wilayah psikomotor (karsa) dan *learning to be and to live together* adalah butir-butir penguatan dan penyempurnaan existensi manusia sebagai ‘*human being*’ dalam proses memperkuat kompetensi diri-nya.

Komitmen Dosen

Secara leksikal bertolak dari kata ‘*committere*’ (latin, invinitif) yang berarti menyatakan, menggabungkan, mempercayai dan mengerjakan. (Kinlaw, C. Dennis 1999) mengatakan bahwa komitmen adalah suatu kata yang dapat mewakili serangkaian kalimat yang menyatakan “inilah saya, inilah yang saya percayai dan inilah yang saya kerjakan”. Pada kesempatan lain, (Oliver, Richard L. 1997) melakukan penelitian tentang perilaku konsumen (*consumer behavior*) pada berbagai industri di Amerika. Long mengatakan bahwa gambaran dari komitmen sering identik dengan ikrar atau ikatan atas suatu tindakan tertentu.

Makna komitmen sangat dekat dengan deskripsi (Iverson, D. Roderick 1996) sebagai kesetiaan (*fidelity*). Jadi komitmen dosen dalam penelitian ini adalah keputusan untuk memilih menjadi dosen dan akan berperan dalam dunia kerja dan perilaku yang diperlihatkan berkaitan erat dengan status dan peran sebagai seorang dosen. Secara eksplisit komitmen adalah pilihan pekerjaan tertentu dan tetap setia dalam pilihan tersebut meskipun berhadapan dengan masalah dan alternatif lain yang lebih menarik. Hal ini bukan berarti pilihan sebelumnya tidak mungkin berubah, melainkan tidak mudahnya berganti-ganti pilihan.

Marcia (1993) menunjukkan secara lengkap kriteria mengukur adanya derajad komitmen: (1) *knowledgeability*, yaitu kemampuan mengetahui berbagai jenis pekerjaan yang telah ia pilih sesuai keputusan awal dirinya. Secara lugas kita katakan bahwa dosen yang komit dapat diketahui dari apa yang ia dapatkan dan kerjakan. Apabila seorang dosen telah komit terhadap sesuatu, maka perilakunya akan konsisten berhubungan dengan komitmennya. Misalnya seorang dosen tidak begitu saja dipercaya bahwa ia komit terhadap mengajar dan mendidik, jika pengetahuannya tentang pelajaran atau mata-kuliah yang ia mampu sangat minim dan ia tidak berusaha untuk meningkatkan ilmu pengetahuannya. (2) *activity directed toward implementing the chosen identity elements*; yakni kegiatan terarah mengaplikasikan keputusan awal tentang pekerjaan yang telah dipilih.

Untuk mendapatkan sesuatu, dosen tidak cukup hanya memikirkannya, namun ia harus mencari pengalaman-pengalaman yang relevan. Komitmen menghendaki keterlibatan perilaku dalam hal-hal yang berkaitan dengan apa yang ia janjikan. (3) *emotional tone*, yaitu keterlibatan emosional bertalian dengan komitmennya. Emosi atau afeksi secara esensial dalam status identitas adalah ‘*status achievement*’ yang cendrung memiliki keyakinan diri yang solid, puas dengan dirinya sendiri. ‘*status foreclosure*’ cendrung memiliki kebenaran diri (*self-righteousness*) yang tidak fleksibel. ‘*status moratorium*’ memiliki semangat

juang, intensitas, kadang-kadang cemas dan tidak realistik dalam bertindak. ‘*status difussion*’ memiliki emosi sedih, muram dan terisolasi. Secara umum komitmen ditandai kepercayaan diri dan hampir tidak ada keragu-raguan diri, suka berbicara pada bidang yang sudah diyakininya. (4) *identification with significant others*, yaitu upaya mengidentifikasi dirinya terhadap orang-orang yang telah bekerja di bidangnya.

Pekerjaan yang dipilih atas dasar permintaan dirinya, misalnya berkenalan, berbicara dan berdiskusi dengan dosen lain jika pilihannya adalah dosen. Bagi seorang dosen yang penting adalah figur yang langsung dan realistik seperti guru besar (professor), rektor dan contoh-contoh yang mempunyai konsekuensi langsung bagi pengambilan keputusan vokasional. Dosen yang mempunyai identitas lebih mampu membedakan aspek-aspek yang positif dan negatif pada figur, bukan sekedar meniru model yang dilihat. Dosen yang kurang beridentitas lebih meniru model yang dikagumi secara persis. (5) *projecting one's personal future*, yakni dosen telah mempunyai arah yang semakin jelas tentang masa depannya berkaitan dengan pekerjaan yang telah dipilih. Bagi dosen, komitmen berupa perencanaan tahunan yang rasional dan realistik. Komitmen pada suatu bidang tertentu akan menghasilkan perilaku yang konsisten dengan bidang itu, dan akumulasi perilakunya akan menghasilkan ide-ide yang jelas tentang masa depannya.

Dosen yang tidak punya komitmen akan cendrung memiliki pengalaman yang terpotong-potong dan tersebar tanpa arah yang jelas. (6) *Resistance to being swayed*, yakni mencoba bertahan pada pekerjaan yang dipilih, tidak mudah ganti pilihan, walau ada informasi negatif mengenai pekerjaan yang dipilih yang lebih menarik, misalnya seseorang tetap memilih guru walaupun ada informasi bahwa lulusan ilmu kependidikan juga banyak yang menganggur atau walaupun ada yang mengajak untuk menjadi seorang aktor. Respons terhadap godaan dari identitas yang lebih tinggi ditandai tiga aspek yakni, (a) pengakuan akan adanya kemungkinan berubah, (b) dapat menghubungkan antara kemungkinan berubah dengan kemampuan dirinya dan kesempatan yang ada di masyarakat (c) keraguan untuk terlalu mudah berubah kecuali dalam tekanan lingkungan yang jelas.

Jadi, makna ‘komitmen’ menurut Marcia adalah interelasi antara berbagai aktivitas manusia untuk mempertahankan dan menyelenggarakan hidupnya yang mencakup: kemampuan mengetahui, mengarahkan kegiatan pada keputusan yang telah diambil, melibatkan emosi pada pekerjaan yang menjadi fokusnya, mengidentifikasi hal-hal yang ada di sekelilingnya dan berusaha memproyeksikan masa depan serta mencoba bertahan pada pekerjaan yang telah menjadi pilihannya. Kegiatan memperoleh informasi tentang berbagai jenis pekerjaan secara mendalam, atas inisiatif sendiri, alternatif jenis pilihan pekerjaan yang sesuai dengan dirinya, dan keputusan awal tentang pekerjaan tertentu yang akan ia tekuni di masa mendatang.

Hipotesis

Hipotesis-hipotesis yang dibakukan dalam penelitian didukung oleh premis yang terdapat dalam ikatan teori yang kuat yang telah dipaparkan pada bagian kajian teori. Oleh karenanya, semua premis dalam teori-teori yang dibangun juga menjadi landasan terbentuknya hipotesis.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini dibuat berdasarkan identifikasi masalah, kerangka pemikiran dan premis-premis pada landasan teorinya.

Hipotesis1: Kualitas, kompetensi dan komitmen kerja dosen secara simultan berhubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Hipotesis2: Kualitas dosen berhubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Hipotesis3: Kompetensi dosen berhubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Hipotesis4: Komitmen dosen berhubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Metodologi Penelitian

Tujuan Penelitian

Menghadirkan tujuan penelitian pada bab metodologi ini agar arah menuju tindakan induktif mendapatkan pemberian realisasi, yang disesuaikan dengan rumusan masalah pada pendahuluan. Keyakinan yang paling mendasar adalah bahwa deskripsi, verifikasi dan konfirmasi teori yang dijustifikasi secara empiris, selalu sesuai dengan tujuan penelitian ini. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui dan memahami kualitas kerja, kompetensi dan komitmen kerja dosen secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.
2. Mengetahui dan memahami kualitas kerja dosen yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.
3. Mengetahui dan memahami kompetensi dosen yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.
4. Mengetahui dan memahami komitmen kerja dosen yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian adalah STIE Muhammadiyah Jakarta. Penelitian menjadi menarik karena dalam penelitian ini, peneliti menyoroti sebuah institusi pendidikan tinggi yang memiliki dua program studi yang unik, yakni, prodi manajemen dan akuntansi, yang diselenggarakan berbasis nilai-nilai Islam. Semua perguruan tinggi termasuk STIE Muhammadiyah pada dasarnya adalah institusi pendidikan tinggi yang berproses mencari standar kualitas yang optimal; sekaligus berupaya meningkatkan pengembangannya, dengan cara berusaha memenuhi tuntutan ‘Tridharma Perguruan Tinggi’ yang dilandasi nilai-nilai religiositas Islam; dan, dalam kaitan inilah penelitian menjadi unik dan menarik bagi peneliti. Waktu penelitian dilaksanakan selama tiga bulan.

Metode Penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, dengan memperhatikan karakteristik atau sifat-sifat variabel yang diteliti dan jenis informasi yang dibutuhkan dalam kaitan dengan tujuan penelitian ini. Pendekatan penelitian ini melibatkan disiplin ilmu ekonomi manajemen yang fokusnya adalah manajemen pemasaran jasa, terutama jasa pendidikan, manajemen sumberdaya manusia, serta psikologi pendidikan, khususnya yang berhubungan dengan sikap, perilaku dosen yang dinilai dan dipersepsi oleh mahasiswa. Aspek yang dikaji adalah persepsi mahasiswa terhadap dosen. Dosen sebagai penjual jasa pendidikan menyediakan kualitas jasa mengajar dan mendidik para mahasiswa yang mencakup tiga variabel yaitu Kualitas jasa,

Kompetensi dan Komitmen kerja dosen, Heskett (1997); dengan anggapan bahwa variabel diluar yang diuji, dianggap tetap tidak berpengaruh (*ceteris paribus*).

Survei adalah metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung, berupa penyebaran kuesioner untuk mendapatkan informasi dari sumber asli, yang diambil dari sampel suatu populasi. Sesuai tujuan, penelitian ini didesain menurut jenis itemnya. *Pertama*, menggunakan metode *sampling* melalui kajian: deskriptif-verifikatif yakni, uraian deskriptif dan pengujian hubungan antar variabel. *Kedua*, jenis investigasi yang digunakan adalah hubungan sebab-akibat dan korelasi antar variabel. *Ketiga*, menggunakan juga penelitian lapangan tanpa memberi perlakuan khusus (*non-counteracted setting*) kepada responden. *Keempat*, pengukuran variabel penelitian dengan ‘Skala Likert’ yakni suatu metode pengukuran sikap dan persepsi yang menggunakan skala penilaian 5 butir, yang tidak memiliki nilai nol absolut. *Kelima*, pengumpulan data dengan alat kuesioner. *Keenam*, rentang waktu pengumpulan data dengan studi satu tahapan, pengumpulan datanya satu tahap dalam suatu periode waktu tertentu. *Ketujuh*, analisis data menggunakan uji hipotesis dengan metode statistik, (Arthur Aron, 1997).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa strata satu (S1) program studi manajemen STIE Muhammadiyah Jakarta yang berjumlah 400 san mahasiswa. Sample terjangkau adalah semua mahasiswa strata satu manajemen yang memenuhi kriteria penelitian. Ukuran sampel terjangkau untuk mahasiswa 65 orang, dan memiliki dosen sebanyak 62 orang. Teknik observasinya difokuskan pada mahasiswa sebagai responden dan wawancara langsung dengan para dosen tetap, dan dosen *home-based* sebagai penyedia jasa utama yang merupakan *internal capability* institusi perguruan tinggi penyedia jasa. Mahasiswa yang dipilih sebagai responden adalah yang sudah semester lima ke atas. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive random sampling*. Variabel penelitian dan ruang lingkupnya mencakup: analisis kualitas, kompetensi dan komitmen kerja dosen terhadap kepuasan mahasiswa.

Operasionalisasi Variabel Penelitian: Konsep, variabel dan sub-variabel yang dipakai adalah sesuai dengan konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan indikator, serta ukuran dan skala, merupakan acuan dalam penyusunan perangkat untuk memperoleh data dengan menggunakan instrumen daftar pertanyaan (*questioner*) yang ditujukan pada para mahasiswa dan dosen. Pengukuran dilakukan pada situasi nyata dan yang dirasakan oleh responden tentang apa yang dialami. Butir-butir kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan-pernyataan yang ditanggapi responden sesuai dengan pengalaman unik mereka sebagai mahasiswa yang berpersepsi terhadap dosen penyedia jasa berkualitas dalam pertemuan jasa ‘*moment of truth*’.

Teknik Penarikan Sampel: Dalam metode penelitian survei, tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi. Namun, diharapkan hasil penelitian yang diperoleh akan merepresentasi sifat populasi yang bersangkutan, Singarimbun & Effendi (1989).

Mengikuti tujuan penelitian ini, maka pengambilan sampel yang ideal memenuhi tuntutan ideal, untuk mempertemukan “*das sollen* dengan *das sein*”, atau minimal ‘yang seharusnya’ mendekati kenyataan ‘*das sein*’, untuk merealisasikan hubungan sistemik antara variabel yang diuji dengan indikator-

indikatornya. Dalam kaitan ini, derajad interelasi teori yang telah dipadu dalam konstelasi keilmuan yang bersifat deduktif-apriori menemukan jawabannya. Kerangka hubungan antar variabel-variabel bebas dengan variabel terikat terpusat pada ‘Kualitas jasa, Kompetensi dan Komitmen kerja dosen yang berpengaruh terhadap Kepuasan mahasiswa.’

Memperhatikan tujuan penelitian serta ruang lingkup penelitian, populasi yang menjadi pengamatan intensif adalah seluruh unit elementer yang terdaftar di dalam populasi yang berasal dari gambaran sampel, (Sekaran, 2000), yaitu semua mahasiswa STIE Muhammadiyah yang mengambil program studi manajemen strata satu yang memenuhi kriteria; yang sekaligus menjadi unit analisis-nya.

Prosedur Pengumpulan Data:

Penelitian ini menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, yakni kombinasi dari tiga teknik pengumpulan data antara lain: (1) Wawancara langsung dengan responden utamanya dosen-dosen yang representatif secara *sampling*, dosen dan mahasiswa pada Program Studi Manajemen STIE Muhammadiyah. (2) Daftar pertanyaan (*questionnaire*), digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber data yang disebutkan di atas. Mengingat sumber data homogen, maka dalam penelitian ini dibuat model kuesioner atau daftar pertanyaan yaitu, (3) kuesioner untuk mahasiswa minimal telah duduk di semester 5, dan atau yang masih aktif yang hendak menyelesaikan tugas akhir skripsi. Dalam kaitan ini, mereka diposisikan sebagai *customers* yang dilihat sebagai ‘*external service marketing*’. (4) Wawancara langsung dengan dosen yang setiap saat berhubungan langsung dengan mahasiswa yang disebut ‘*Service Providers*’ atau penyedia kualitas jasa pendidikan, yang menjalankan ‘*internal service marketing*’, dan berstatus dosen yayasan, atau dosen tetap, termasuk mereka yang *home-based*. (5) Observasi dilakukan terhadap semua sumber data sesuai dengan unit analisis yang terkait dengan penelitian.

Metode dan Alat Analisis

Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, maka model pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, yang merupakan teknik statistik yang dapat menguji sebuah rangkaian hubungan kausal yang bergerak secara parsial maupun simultan. Analisis regresi linier berganda juga memiliki konvensi-konvensi yang menjadi acuan setiap penelitian manajemen yang memiliki kemiripan dengan *multivariate regression*. Misalnya dalam hal nama variabel, variabel bebas sama-sama disebut ‘*response variable*’. Adapun persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + e$, (yang dioperasikan melalui program SPSS). Uji regresi linier berganda ini yang dilihat untuk dibaca maknanya adalah:

pertama, Uji F (ANOVA simultan) untuk melihat apakah $F_{hitung} > F_{tabel}$ -nya, dan seberapa signifikan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel respons-nya, yakni seberapa signifikan secara simultan semua variabel prediktor berpengaruh terhadap variabel terikatnya. jika $Sig.000$ berarti hubungan dan pengaruh-nya sangat signifikan secara simultan. selanjutnya, jika angkanya berada pada: 0.05, sama dengan signifikan atau minimal signifikansi berada di 0.05, yang maknanya, pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikatnya adalah kuat.

Kedua, Uji t, untuk melihat pengaruh parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya, dan nama tabelnya adalah *coefficient*, yang dibaca terdapat huruf **t** dan **Sig**. Jika **t** hitung > **t** tabel, maka terdapat pengaruh, atau berpengaruh. Dan, jika **Sig.** 0.000 berarti sangat signifikan pengaruhnya.

Ketiga, *R Square* pada model *summary* untuk memastikan bahwa terdapat korelasi antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y).

Keempat, Reliabilitas. Pengujian reliabilitas tidak diperlukan. Cukup menggunakan asumsi tradisional. Sebab, pengujian reliabilitas sangat terkait dengan keajekan serangkaian pengujian. Hal ini ditegaskan oleh beberapa penulis berikut: menurut (Sugiono 2005), reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu secara berulang di dunia nyata. Pernyataan Sugiono diperkuat oleh (Anastasia dan Susana 1997), reliabilitas adalah sesuatu yang merujuk pada konsistensi skor yang dicapai oleh orang yang sama ketika mereka diuji ulang dengan tes yang sama pada kesempatan yang berbeda, atau dengan seperangkat butir-butir ekuivalen yang berbeda, atau dibawah kondisi pengujian yang berbeda.

Pembahasan dan Analisis

1) Pengaruh kualitas jasa, kompetensi dan komitmen kerja dosen terhadap Kepuasan Mahasiswa.

Hipotesis pertama memperlihatkan hasil perhitungan dan ditemukan bahwa semua variabel bebas (*independent variables*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat atau *dependent variable*-nya yaitu kepuasan mahasiswa (*student satisfaction*). Hasil pengaruh simultan dari ketiga variabel exogen adalah uji F Anova: 273.712, yang berarti cukup signifikan pengaruh simultan-nya. Apabila dilihat secara parsial nilai 28.294, adalah pengaruh kualitas jasa kerja dosen yang terlihat pada uji t sangat signifikan. Dari kompetensi dosen pada uji t hanya bernilai 0.540, yang berarti kurang signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa. Dan komitmen dosen sebesar 0.492, juga bermakna kurang signifikan.

Dengan demikian total pengaruh langsung ketiga variabel bebas terhadap kepuasan mahasiswa sebagai variabel terikatnya adalah sebesar 273.712. Dan, dari ketiga variabel *independent* tersebut “kualitas jasa” dosen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan mahasiswa yakni 0.964 koefisiennya, artinya kualitas jasa dosen lebih dominan. Makna turunannya berarti variabel kualitas jasa dosen didukung oleh beragam dimensi dan suasana kerja serta kebijakan institusi dan kampus secara menyeluruh yang disebut kapabilitas institusi (*institution capability*) yang berkontribusi terhadap kualitas jasa kerja dosen, baik secara *content* (*evocative motivators*) maupun kualitas jasa mengajar kontekstual (*hygiene factors*) yakni dimensi-dimensi kualitas jasa yang dieksplanasi oleh Herzberg.

Beberapa faktor yang perlu mendapat prioritas perhatian dari manajemen institusi perguruan tinggi dalam rangka menambah kualitas kepuasan mahasiswa adalah meningkatkan inovasi kualitas pelayanan yang terakumulasi dalam *intellectual capital organization*. Faktor lain yang ikut berkontribusi terhadap peningkatan inovasi pelayanan yang bersifat administratif yang langsung dirasakan oleh para mahasiswa aktif tercakup di dalam *internal service marketing*. Dan, yang menjadi acuan utama dalam memberikan pelayanan menurut Kotler adalah menerapkan *service marketing triangle*.

Pada pengujian statistik memperlihatkan bahwa kualitas jasa dosen mempunyai pengaruh paling dominan dibandingkan dengan pengaruh kedua variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa suasana dan kondisi manajemen serta struktur organisasi memegang peranan penting dalam meningkatkan kualitas jasa dosen yang berkontribusi terhadap kompetensi dan komitmen kerja sebagai variabel atau faktor pendukung utama lain untuk meningkatkan pelayanan dalam proses belajar-mengajar sebagai bentuk interaksi jasa pendidikan (*moment of truth*). Selanjutnya, untuk mencapai hasil yang optimal dan memuaskan mahasiswa sebagai *stakeholder* utama perguruan tinggi, dosen adalah penyedia jasa paling utama (*dominant service provider*) perlu diberi *reward* dan insentif dalam bentuk materi maupun non-materi atau diberi stimulus yang memadai dari aspek kondisi ketenangan jiwanya. Dengan kata lain, keseimbangan antara pemenuhan materi yang diimbangi dengan kondisi kerja yang kondusif, akan mendukung dosen menjadi semakin kreatif sekaligus inovatif di bidangnya. Dalam konteks di atas, peningkatan kualitas jasa dosen menjadi terpenuhi.

Dalam kaitan kondisi kerja di kampus STIE Muhammadiyah yang kondusif, dosen sebagai penyedia kualitas jasa utama bagi mahasiswa, perlu selalu bertindak dan berperilaku positif untuk bersama-sama mahasiswa membentuk ‘citra’ (*image*) guna menimbulkan persepsi positif masyarakat sebagai pasar (*market perception*). Interaksi jasa utama dosen yang termuat dalam proses belajar-mengajar bersama mahasiswanya adalah inti interaksi jasa (*core moment of truth*). Dan, melalui-nya dosen bersama-sama para karyawan lainnya termasuk mahasiswa menjadi ‘alat’ untuk mempromosikan dan ‘menjual’ (*selling*) serta memasarkan (*marketing*) kampus sebagai himpunan masyarakat ilmiah, dengan menonjolkan aspek-aspek positif kampus. Sementara itu, hal-hal lain yang perlu ditingkatkan adalah kondisi kerja, hubungan harmonis di antara para dosen, hubungan baik dengan manajemen dan struktur organisasi kampus sebagai institusi pendidikan tinggi yang baik dan berkualitas.

Aspek-aspek hubungan harmonis yang disebutkan di atas, dibenarkan oleh dosen-dosen dalam wawancara mendalam yang dilakukan peneliti selama rentang waktu penelitian berlangsung. Para narasumber berpendapat bahwa untuk menjalankan Tridharma perguruan tinggi dengan baik, maka aspek sehatnya organisasi khususnya hubungan di antara dosen dan hubungan dosen dengan pimpinan manajemen adalah faktor utama yang ikut menentukan maju tidaknya proses pembelajaran di perguruan tinggi. Dalam kaitan dengan kondisi kerja para dosen di STIE Muhammadiyah memang masih terdapat banyak kekurangan, namun sedapat mungkin jalinan tali silaturahim harus tetap dijaga keharmonisannya. Hal-hal tersebut juga sangat tergantung kepada manusia-nya secara individual, artinya tiap-tiap orang termasuk para dosen pada dasarnya adalah unik.

Kampus sebagai ‘alat’ penyedia jasa memerlukan pembaharuan orientasi terhadap cara merekrut tenaga pengajar atau dosen yang kompeten dan memiliki komitmen tinggi pada tugasnya sebagai penyedia jasa mengajar dan mendidik. Orientasi pada kompetensi dan komitmen dosen menjadi penting untuk merengkuh masa depan kehadiran kampus sebagai penyedia jasa pendidikan tinggi yang handal dan bermutu. Sebab, dosen yang berkompeten akan memiliki visi dan misi untuk memproyeksi masa depan kampus dengan baik. Untuk mencapai kondisi dimaksud pemenuhan kualitas jasa dosen menjadi penting.

Tujuan pemenuhan kualitas jasa melalui kepuasan kerja dosen adalah menjamin keseimbangan akan kebutuhan materi dan kebutuhan kejiwaan serta mentalnya yang sehat. Pernyataan peneliti ini diperkuat oleh Zeithaml (1996), “*there is concrete evidence that satisfied employees make for satisfied customers and satisfied customers can in turn reinforce employees' sense of satisfaction in their jobs.*” Zeithaml menegaskan bahwa dalam kenyataan yang kita saksikan, karyawan yang merasa puas di tempat kerja, akan berupaya memuaskan pelanggannya; dan, pada gilirannya, pelanggan yang terpuaskan dalam pelayanan akan menimbulkan kepuasan batin karyawan sebagai penyedia jasa pelanggannya. Pernyataan tersebut merupakan sebuah hukum siklus kehidupan pelayanan yang baik bagi siapa-pun yang mempraktekkannya.

Melalui penelitian mendalam di berbagai sektor jasa, Benyamin Schneider dan David dalam Zeithaml (1996) mengatakan, “*both a climate for service and a climate for employee well-being are highly correlated with overall customer perceptions of service quality.*” Bahwa iklim pelayanan yang diberikan oleh dosen dan kesejahteraan dosen terkait erat dengan persepsi-persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa pelayanan yang diberikan kepada mereka, yakni, iklim pelayanan dan kesejahteraan melahirkan kenyamanan melayani dalam proses belajar-mengajar yang nyaman di kampus. Hal ini berarti, interaksi dengan mahasiswa di saat perkuliahan berlangsung, melibatkan kompetensi dan komitmen yang tinggi dari seorang dosen sebagai ‘*service provider*’ ilmu pengetahuan. Dampak dari beberapa variabel yang disebutkan di atas berujung pada kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan yang merasakan ‘*positioning*’ ilmu pengetahuan yang ditransfer.

Peneliti berkesimpulan bahwa semua hal yang berkontribusi memberi kepuasan kerja seorang dosen memiliki pengaruh yang sangat besar bagi kepuasan mahasiswa (*student satisfaction*) dibandingkan dengan kedua variabel bebasnya. Makna implisitnya adalah kepentingan manajemen perguruan tinggi untuk meningkatkan kepuasan kerja dosen merupakan salah satu prioritas saat ini dan di waktu yang akan datang, khususnya bagi perguruan tinggi yang menyelenggarakan semua program studi yang dibutuhkan pasar.

2) Pengaruh kompetensi dosen terhadap kepuasan mahasiswa

Pada hipotesis kedua ditemukan bahwa secara parsial terdapat pengaruh langsung dari variabel exogen kompetensi dosen terhadap kepuasan mahasiswa. Kompetensi dosen memperlihatkan kecendrungan yang lebih positif (0.540) daripada variabel exogen komitmen (0.492). Terlihat dari besaran koefisien masing-masing variabel pada uji t ketiga variabel exogen berkontribusi terhadap variabel endogennya. Dan, melihat derajad pengaruh, nampak bahwa kompetensi dosen dengan indikator *standardized coefficients*-nya hanya berbeda 0.01 persen, yang berarti bedanya sangat tipis; maknanya adalah bahwa kontribusi kompetensi dan komitmen merupakan dua faktor yang selalu beriringan untuk diterapkan dalam mengajar dan mendidik para mahasiswa di kampus atau dimanapun dosen berinteraksi dengan para mahasiswa. Nilai *coefficient Beta* untuk kompetensi lebih besar sedikit dibandingkan dengan nilai *coefficient komitmen* dosen, yang masing-masing (0.18, dan 0.17) menyumbang pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa.

Pada kolom korelasi berikut terlihat bahwa semua variabel saling berhubungan dan saling berkontribusi. Masing-masing dari ketiga variabel bebas tersebut saling berkontribusi secara positif dan resiprokal saling berhubungan bertemu pada titik yang sama, artinya hubungannya adalah timbal-balik. Berbeda cara membaca makna hubungan di antara variabel yang diperlihatkan dengan sebuah anak panah yang kedua ujungnya sama-sama memiliki tombaknya. Sebaliknya, hubungan pengaruh diperlihatkan dengan panah yang melesat dari titik penyebab menuju titik sasar terpengaruh atau variabel dependennya. Indikasi-indikasinya terlihat pada nilai-nilai yang terpampang pada tabel korelasi berikut:

Correlations

		Kepuasan	Kep_Dosen	Kompetensi	Komitmen
Kendall's tau_b	Kepuasan	Correlation Coefficient	1.000	.966**	.077
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.431
		N	60	60	60
	Kep_Dosen	Correlation Coefficient	.966**	1.000	.079
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.417
		N	60	60	60
	Kompetensi	Correlation Coefficient	.077	.079	1.000
		Sig. (2-tailed)	.431	.417	.
		N	60	60	60
	Komitmen	Correlation Coefficient	.138	.129	-.066
		Sig. (2-tailed)	.157	.182	.498
		N	60	60	60

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel kualitas jasa/kepuasan dosen berhubungan signifikan 0.966 persen dengan kepuasan mahasiswa. Kompetensi dosen berhubungan dengan kepuasan hanya 0.077 persen, tetapi dirasakan dan dianggap berkorelasi. Sementara komitmen dosen berkorelasi dengan kepuasan mahasiswa sebesar 0.138 persen, berarti lebih tinggi signifikansi hubungan dengan kepuasan mahasiswa dibandingkan dengan kompetensi dosen. Makna derivatifnya adalah dosen pintar secara kognitif saja tidaklah cukup. Sebab, faktor-faktor lain juga ikut berkontribusi, termasuk interaksi dan nilai-nilai psikologis sosial dan *human relations* ikut berperan meningkatkan motivasi belajar mahasiswa. Dengan kata lain, mahasiswa sebetulnya membutuhkan sentuhan lain yang bersifat *human touch* serta bagaimana menepati janji tersebut bersama mereka. Dalam kaitan ini faktor-faktor atau variabel-variabel lain harus dianggap konstan (*ceteris paribus*). Maknanya adalah setiap perubahan kebijakan manajemen terhadap pemenuhan kebutuhan dan kepuasan dosen sebagai ‘penyedia jasa’ berdampak pada komitmen dosen yang bermuara pada kepuasan mahasiswa.

Menurut Kotler, dalam segi tiga emasnya (*the service marketing triangle: setting the promise, enabling the promise and delivering the promise*) harus dijalankan secara seimbang dan *optimal* agar institusi menjadi ‘atraktif’. Pada saat institusi berhubungan dengan pelanggan untuk menjalankan *external service marketing*, maka yang dijalankan oleh institusi adalah bagaimana memenuhi janji-janji kepada para pelanggan (*setting the promise*) untuk menciptakan ‘*word of mouth*/gethok tular positif’. Ketika institusi menjalankan tugas untuk memberi fungsi pada karyawan gugus depan yakni para dosen, untuk melakukan ‘*enabling the promise*’, yang memungkinkan para dosen sebagai karyawan gugus depan

dapat merealisasikan ‘*interactive marketing*’ untuk mewujudkan ‘*delivering the promise*’, maka, terjadilah peristiwa pertautan jasa “*moment of truth*”.

Selanjutnya Kotler berkata, “*this is the real time marketing: here is the actual service delivery takes place—the firm’s employees interact directly with customers by improvisation to create the image and attract customers’ emotion*”, Kotler (2000). Pernyataan Kotler tersebut dapat diringkas, dosen sebagai penyedia jasa ilmu pengetahuan memainkan peran penting dalam dinamika beroperasinya institusi pendidikan tinggi, yang menjadi ‘gudang’ ‘*intellectual capital*’. Dan, sarana paling efektif menarik perhatian mahasiswa adalah menciptakan keunikan improvisasi yang termuat di dalam kompetensi dan komitmen para dosen yang mengajar dan mendidik dengan hati dan perasaan yang puas untuk menciptakan “*image*” institusi yang positif di mata pelanggannya, dengan cara menarik perhatian pelanggan atau mahasiswa, untuk menguak emosi mereka. Secara teoretis kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) bersifat relatif antar masing-masing individu, yang menurut Heskett, kepuasan pelanggan merupakan jembatan untuk mencapai kesetiaan terhadap pembelajaran, Heskett (1997).

Tabel berikut adalah hasil uji pengaruh yang meperlihatkan F hitung 273.712 (Anova) lebih besar dari F tabel (2.37) yang berarti bahwa pengaruh ketiga variabel bebas terhadap variabel dependennya sangat signifikan seperti terlihat pada tabel F hitung

SPSS:

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5.639	3	1.880	273.712	.000 ^a
Residual	.385	56	.007		
Total	6.024	59			

a. Predictors: (Constant), Komitmen, Kompetensi, Kep_Dosen

b. Dependent Variable: Kepuasan

Dalam model *summary* seperti nampak pada tabel selanjutnya, memuat *R Square* sebagai turunan *R*-nya yang memastikan bahwa terdapat korelasi signifikan dari semua indikator yang menjadi instrument penelitian di lapangan, ditunjukkan nilainya: 0.936; dan 0.933 *adjusted R Square*-nya, yang dapat menggunakan kedua ukuran tersebut tetap signifikan.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.968 ^a	.936	.933	.08287	1.948

a. Predictors: (Constant), Komitmen, Kompetensi, Kep_Dosen

b. Dependent Variable: Kepuasan

Berikut adalah tabel t hitung yang memperlihatkan bahwa kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh variabel kualitas/kepuasan dosen sebesar 28,294 t hitung, yang berpengaruh secara parsial, nampak pada tabel *Coefficient*. Sementara itu variabel kompetensi dosen kurang signifikan pengaruhnya

terhadap kepuasan mahasiswa yang ditunjukkan pada nilai 0.540, dimana t hitung $< t$ tabel, yang terlihat pada besaran nilai (t tabel 0.679).

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.322	.167		-1.931	.059		
Kep_Dosen	1.064	.038	.964	28.294	.000	.982	1.018
Kompetensi	.010	.019	.018	.540	.591	.990	1.010
Komitmen	.013	.027	.017	.492	.625	.976	1.024

a. Dependent Variable: Kepuasan

Demikian juga variabel komitmen dosen kurang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa yang diperlihatkan dengan nilai 0.492 yang berarti t hitung $< t$ table-nya. Kedua temuan tersebut berdasarkan hasil penelitian menggambarkan bahwa, lemahnya variabel bebas kompetensi dan komitmen kerja dosen diamati peneliti melalui wawancara mendalam; hasilnya menegasikan asumsi atau hipotesis awal bahwa terdapat banyak dosen yang belum optimal menjalankan tugasnya sebagai pengajar maupun pendidik. Namun demikian, dengan pencapaian angka 0.540, menunjukkan bahwa sebagian indikator instrumen penelitian yang memenuhi syarat variabel kompetensi maupun variabel komitmen dosen. Maknanya adalah nilai kontribusi kedua variabel bebas tetap berkorelasi positif dengan kepuasan mahasiswa sebagai variabel dependennya.

Sarannya adalah memerlukan peningkatan kompetensi dan komitmen dosen. Kompetensi dosen dapat ditingkatkan melalui pendidikan pada level yang lebih tinggi, dan atau mengikuti pelatihan-pelatihan karya ilmiah. Dalam kasus dosen-dosen STIE Muhammadiyah, yang mayoritas S2, para dosennya perlu melanjutkan pendidikan ke jenjang S3 untuk meningkatkan kualitas dosen. Dan, untuk meningkatkan komitmen dosen, manajemen perguruan tinggi perlu mengelola kedisiplinan para dosen, dan para dosen perlu meningkatkan disiplin diri dalam semua aspek terkait dengan tridharma perguruan tinggi.

3) Pengaruh komitmen dosen terhadap kepuasan mahasiswa

Secara parsial variabel bebas komitmen dosen memperlihatkan kecendrungan pengaruh yang lebih rendah dibandingkan dengan pengaruh kompetensi dosen. Namun, pada kolom dan tabel korelasi terlihat bahwa antar variabel komitmen dosen dan kepuasan mahasiswa berhubungan cukup signifikan dibandingkan dengan variabel kompetensi dosen. Mengapa terjadi kontradiksi demikian? Jawabannya adalah bahwa jika dua variabel berhubungan erat, belum tentu kedua variabel saling berpengaruh. Mungkin saja banyak indikator komitmen dosen yang berkorelasi dengan kepuasan mahasiswa sebagai variabel dependen. Namun, pada saat yang sama indikator-indikator tersebut tidak saling berpengaruh. Mereka hanya saling berkorelasi positif. Sebab, pengaruh hanya terjadi manakala variabel prediktor diprediksi mempengaruhi variabel responsnya yang diperkuat oleh teori yang mendasarinya.

Dengan nilai korelasi antara variabel komitmen dengan variabel kepuasan mahasiswa yang saling berkontribusi pada nilai 0.138 jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai korelasi kompetensi dosen yang saling berkontribusi

pada angka 0.077 persen. Menghadapi kenyataan ini Peneliti berkesimpulan bahwa, mayoritas indikator variabel komitmen jauh lebih berkontribusi terhadap kepuasan mahasiswa. Oleh karena, dosen yang profesional membutuhkan faktor-faktor lain yang turut berperan dalam proses belajar-mengajar. Dosen seharusnya pintar secara kognitif dan cerdas, namun pintar secara intelektual saja tidaklah cukup. Terdapat faktor lain di luar kompetensi dan kapabilitas yang turut berkontribusi terhadap kepuasan para mahasiswa sebagai penerima jasa pembelajaran dan pendidikan secara holistik dan sistematik. Kemahiran dosen berinteraksi dan berimprovisasi di hadapan mahasiswa ikut berperan meningkatkan semangat dan motivasi belajar para mahasiswanya.

Pernyataan Peneliti di atas diperkuat oleh Kotler (2000) dalam segi tiga emas yakni (*the service marketing triangle: setting the promise, enabling the promise and delivering the promise*). Para dosen adalah penyedia jasa yang disebut terakhir yaitu ‘*delivering the promise*’ untuk berinteraksi langsung dengan para mahasiswa-nya, agar pelayanan dalam proses belajar-mengajar menjadi ‘*attractive*’ atau menarik. Pada saat institusi, dalam hal ini para *Marketer* atau Pemasar yang menjalankan fungsi pemasaran jasa dan berhubungan dengan para calon mahasiswa, sebetulnya mereka telah memberikan janji-janji kepada para kandidat mahasiswa yang disebut ‘*setting the promise*’ guna menciptakan *word of mouth*. Dan pada saat yang sama para karyawan gugus depan yakni para dosen yang didukung oleh para karyawan administratif menjalankan daya utama kampus yang disebut ‘*enabling the promise*’. Dalam kaitan ini, seluruh potensi dan kompetensi para dosen perlu dijual atau dipasarkan (*marketing concept*), Kotler (2000).

Selanjutnya, para dosen sebagai karyawan gugus depan memulai tugasnya melakukan fungsi ‘*interactive marketing*’ untuk merealisasikan ‘*delivering the promise*’ pada momen interaksi proses belajar-mengajar di ruangan kelas, bahkan di manapun dosen berinteraksi dengan para mahasiswa-nya. Pernyataan Peneliti ini dipertegas oleh Kotler: “*this is the real time marketing: here is the actual service delivery takes place—the firm’s employees interact directly with customers by improvisation to create the image and attract customers’ emotion*”. Pernyataan Kotler tersebut dapat dijelaskan bahwa, dosen sebagai karyawan gugus depan memainkan peranan penting dalam dinamika beroperasi-nya perguruan tinggi sebagai lembaga ilmiah yang memuat label ‘*intellectual capital*’. Dan sarana yang paling efektif untuk menarik the intention of students adalah menciptakan keunikan improvisasi yang terkandung di dalam komitmen kerja dengan hati dan perasaan yang puas untuk menciptakan “citra” institusi yang positif di mata pelanggan-nya dengan menarik dan memprovokasi emosi mereka dalam kaitan ini para mahasiswa-nya.

Kesimpulannya adalah bahwa pelanggan yang mendapatkan kepuasan dari kualitas pelayanan *internal capability*, merupakan investasi dan modal penting bagi institusi dalam rangka memenuhi *customer satisfaction* yang berujung pada *customer loyalty*. Pembuktian penelitian secara induktif di lapangan cukup menjawab hipotesis secara keseluruhan dalam memenuhi kepuasan para mahasiswa STIE Muhammadiyah Jakarta. Kepuasan para mahasiswanya menjadi modal utama untuk beroperasinya proses belajar-mengajar secara berkesinambungan. Akhirnya para mahasiswa akan berfungsi menjalankan tugas sebagai alat ‘*word of mouth*’ dan ‘*corong*’ yang positif di masyarakat sebagai

pasar perguruan tinggi; yang berfungsi sebagai *advocate* atau penasihat. Yang pada ujungnya para mahasiswa akan menjadi *partners* sekaligus sahabat yang setia, yang diimpikan memiliki inti jasa interaksi yakni *core moment of truth* yang menyenangkan sepanjang periode tertentu dalam masa perkuliahan mereka.

5. Keterbatasan penelitian

Dalam rangka menjawab dan membuktikan teori secara empiris di lapangan, dan stelah melakukan kajian ilmiah, ditemukan bahwa terdapat korelasi dan pengaruh ketiga variabel bebas: Kepuasan kerja, kompetensi dan komitmen kerja dosen secara simultan maupun secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan sekaligus merupakan variabel dependennya. Meski demikian, Peneliti menyadari bahwa semua temuan ilmiah dan empiris harus selalu diragukan kebenaran intrinsiknya. Momen penelitian ini merupakan titik refleksi bagi Peneliti untuk lebih memahami fenomena dan substansi masalah di lapangan. Sebab, kebenaran ilmiah sifatnya relatif. Kebenaran ilmiah harus tetap mengacu kepada prinsip “*non zero tolerance*”, artinya harus selalu ada toleransi untuk mengkritisinya. Oleh karena itu Peneliti yakin terdapat banyak keterbatasan yang diuraikan berikut ini: (1) Kemungkinan responden memberi jawaban kurang cermat, dan setengah hati terhadap instrument penelitian dalam bentuk kuesioner untuk mengukur dan mengumpulkan data yang berhubungan dengan semua variabel bebas maupun variabel terikatnya. (2) Ketiga variabel bebas yakni kualitas, kompetensi dan komitmen kerja dosen, tidak merupakan variabel-variabel yang memonopoli pengaruh terhadap variabel dependen kepuasan mahasiswa. (3) Peneliti mengusulkan agar setiap penelitian kuantitatif perlu diikuti dengan wawancara mendalam untuk menegaskan butir-butir dan indikator-indikator yang merupakan derivasi dari semua teori yang tercakup. Wawancara mendalam merupakan bentuk penelitian kualitatif untuk melengkapi seluruh substansi fenomena kepuasan mahasiswa pada umumnya dan STIE Muhammadiyah pada khususnya.

Simpulan dan Saran

Simpulan: Berdasarkan pembahasan dan analisis yang telah diuraikan pada bab pembahasan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap korelasi dan pengaruh tiga variabel bebas atau prediktor terhadap satu variabel dependennya yakni: kualitas, kompetensi dan komitmen kerja dosen terhadap kepuasan mahasiswa. *Output* pengujian regresi berganda melalui operasi SPSS memperlihatkan korelasi di antara semua variabel, uji pengaruh simultan yang diperlihatkan pada Anova (*F test*) serta uji pengaruh parsial melalui uji t (*t test*). Secara umum korelasi dan pengaruh di antara variabel-variabel tersebut diperlihatkan sebagai berikut: (1) Hasil perhitungan dengan program SPSS menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari semua variabel exogen terhadap variabel endogen-nya yang diperlihatkan dengan angka 273.712. Namun, secara parsial faktor kepuasan dosen lebih dominan pengaruhnya terhadap variabel kepuasan mahasiswanya yang ditunjuk melalui angka 28.294. Sebaliknya variabel kompetensi dan komitmen kurang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Makna derivatifnya adalah apabila faktor kepuasan dosen disertai kompetensi dan komitmen sebagai *intellectual capability* dosen yang merupakan *internal capability* organisasi, jika dipadukan, maka akan mendapatkan dukungan yang memadai untuk meningkatkan tingkat kepuasan

mahasiswa sebagai variabel responsnya. Pada saat yang sama, kesejahteraan dosen perlu dipertahankan atau ditingkatkan, oleh karena dosen adalah penyedia jasa (*service provider*) pengajaran dan pendidikan utama di perguruan tinggi, yang menjalankan *interactice service marketing* secara optimal. Semua *internal capability* organisasi perguruan tinggi yang menjadi modal intelektual, merupakan variabel-variabel bebas yang berkontribusi besar berdampak pada kepuasan mahasiswa, dalam arti mampu memberi jaminan atau garansi bagi kesuksesan dan keberhasilan mahasiswa secara optimal.

Dalam kaitan ini, terjadinya interaksi jasa (*moment of truth*) merupakan kesempatan untuk merasakan inti pelayanan jasa pendidikan yang disebut produk inti (*core product*) yang dilengkapi dengan beragam fitur-fitur tambahan yang mendukungnya. Dua komponen utama dari internal *capability* organisasi yakni kompetensi dan komitmen, yang menurut Heskett disebut modal intelektual (*Intellectual Capital*) menjadi tuntutan yang harus dipenuhi. Namun demikian, kedua komponen tersebut tidak akan berjalan efektif apabila tidak didukung oleh peningkatan kesejahteraan atau pemenuhan kepuasan kerja sumber daya manusia yakni dosen.

Perguruan tinggi sebagai lembaga ilmiah dan kampus sebagai masyarakat ilmiah pada era digital ini, sudah waktunya membenahi diri secara optimal melalui berbagai upaya meningkatkan kompetensi dosen. Pemberdayaan kompetensi dosen harus menjadi prioritas utama melalui peningkatan kemampuan diri. Kompetensi atau kecakapan yang perlu dimiliki oleh seorang dosen tidak boleh “hanya” berhenti pada pencapaian “gelar” akademik. Oleh karena itu, sebagai organisasi jasa pendidikan tinggi wajib menyediakan sumber daya manusia yang bekerja secara profesional. Perguruan tinggi mempunyai kewajiban memenuhi kepuasan kerja dosen atau kesejahteraan para dosen, agar para dosen tidak hanya bangga karena memiliki kompetensi yang unggul, namun kompetensi yang dimiliki sebagai modal intelektual itu, harus diikuti dengan komitmen kerja yang kuat, sekalipun ada tawaran yang menarik dari bidang-bidang lainnya.

Dengan kata lain, kepuasan, kompetensi dan komitmen kerja dosen adalah perpaduan yang kokoh, agar mampu “berkontribusi” secara andragogis kepada para mahasiswa. (2) Pengaruh langsung dari variabel bebas kompetensi dan komitmen dosen seperti uraian pada bagian analisis, memperlihatkan secara regresif dan asimetris, bergerak parsial maupun simultan, berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa (*student satisfaction*) sebagai variabel endogen-nya, yang menjadi ujung penelusuran penelitian. Makna turunannya adalah bahwa semakin tinggi komitmen dosen, akan semakin menggiring para dosen untuk meningkatkan kompetensinya secara matang berkelanjutan, oleh karena para dosen merasakan kepuasan kerja seperti yang dianjurkan oleh Herzberg dalam teori dua faktor yakni *pertama*, para dosen dipenuhi kebutuhan hygienis (*context factors*) yang mencakup: kebijakan manajemen perguruan tinggi yang kondusif, mendapatkan imbalan gaji yang memadai, menciptakan lingkungan pergaulan yang setara dan seimbang baik secara horizontal maupun secara vertical dengan atasan.

Menciptakan hubungan yang harmonis antar sesama dosen, kondisi lingkungan kerja yang memadai termasuk keamanan kerja dosen. *Kedua*, para dosen dipenuhi kebutuhan akan motivasi kerjanya (*motivation factors*, *move = bergerak dari dalam, latin, comes from within*) yang disebut *content factors*, yang meliputi, penghargaan prestasi (*reward*), pengakuan (*recognition*), pencapaian

prestasi (*achievement*), kesempatan untuk maju (*the opportunity to advance*), tanggung jawab (*responsibility*), sifat pekerjaan itu sendiri (*nature of the work*). Dalam penelitian ini, terlihat pada uji parsial ditemukan bahwa kepuasan kerja lebih dominan berkontribusi pada kepuasan mahasiswa. Namun, kompetensi dan komitmen juga tetap berkorelasi positif dengan kepuasan mahasiswa. Oleh karena memiliki efek berantai (*chain effect*) maka manajemen perguruan tinggi harus berpihak pada para dosen sebagai modal intelektual (*intellectual capital*) guna meningkatkan sumber daya dosen yang berkualitas dan handal melayani kepentingan mahasiswa.

Saran-saran

Mengacu pada kesimpulan penelitian ini, dengan melihat ketiga variabel bebasnya yakni, kualitas, kompetensi dan komitmen kerja dosen, yang berdampak pada kepuasan pemenuhan mahasiswa sebagai pelanggan, berikut disampaikan beberapa saran: (1) Dalam setiap penelitian ilmiah, baik yang dipandu secara kuantitatif maupun secara kualitatif, setiap akademisi diharapkan melakukan interpretasi mendalam, yang bersifat hermeneutis kritis terhadap semua fenomena yang sedang diobservasi ataupun yang sedang diteliti. Interpretasi secara bebas memungkinkan setiap akademisi dapat menemukan makna dari temuannya tersebut. Hal kedua adalah, terbuka kemungkinan munculnya konstruk baru bakal konsep-konsep terbentuknya proposisi-proposisi. (2) Sehubungan dengan penelitian ini, yang difokuskan pada variabel-variabel prediktor kualitas jasa, kompetensi dan komitmen kerja dosen, peneliti menemukan fakta yang secara induktif dirasakan sebagai perpaduan variabel internal capability yang diemban oleh seorang dosen sebagai *service provider*, yang menjalankan fungsi ketiga dari *marketing service triangle* Kotler yakni, *delivering the promise to attract the students' attention in the class room*.

Dalam kaitan ini, fungsi pertama dan kedua dari triangle Kotler, haruslah mendahului mendasari fungsi ketiga tersebut, yakni *setting the promise and enabling the promise*, harus terjadi mendahului 'delivering the promise'. (3) Menyarankan penggunaan pendekatan hermeneutis dan semiotis, oleh karena metode dari kedua pendekatan tersebut membuka kemungkinan lain untuk memberi penafsiran yang bersifat esensial terhadap substansi masalah yang diamati dan diteliti. Sebab, pendekatan hermeneutik terjalin makna baru yang terlibat pada interpretasi bermuara pada. (4) Melakukan interpretasi tanpa pendalaman pendekatan atau metodologi ilmiah sebagai pisau analisis, ibarat berenang di laut tanpa menyelam untuk mengamati dan melihat langsung objek-objek di dasar lautan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aron, Arthur & Elaine N. Aron**, Statistics for the Behavioral and social sciences, A Brief Course. New Jersey: Prentice-Hall Inc. Simon & Schuster, Viacom Company, 1997.
- Collins, James C**, Jerry L. Poras, Built, To Last, Successful Habits of Visionary Companies. Harper Business: Core Competencies, Work Study, Vol.45, No.2, 1994.
- Semiawan, Conny**, Paradigma Penelitian Ilmiah, Program Pascasarjana UNJ, (2004).
- Drake, Chris**, Barclays Life Customer Satisfaction and Loyalty Tracking Survey: A Demonstration of Customer Loyalty Research in Practice. International Journal of Bank Marketing 16/7, 1998.
- Dreher**, Human Resource Strategy, A Behavioral Perspective for The General Manager. New York: McGraw-Hill International Edition 2001.
- Durkin, Mark**, Employee commitment in Retail Banking: Identifying and exploring hidden dangers. International Journal of Bank Marketing, 17/3, 1999.
- Emerson, Carol J.**, Buyer-Seller Customer Satisfaction: The influence of the environment and customer service. Journal of business and industrial marketing, vol. 14, no.5/6, 1999.
- Fornell, C. A.**, National customer satisfaction barometer: The Swedish Experience. Journal of marketing, 56, Januari 1997.
- Goble, G. Frank**, Psikologi Humanistik Abraham Maslow, Mazhab ketiga. Yogyakarta: Kanisius, 1987.
- Gruber, Thorsten et.al.**, Examining Student Satisfaction and Higher Education Services; International Journal of Public Sector Management, Vol. 23 No.2, 2010.
q Emerald Group Publishing Limited.
- Heen, Aime, & Ron Sanche**, Competence Based Strategic Management. England. John Wiley & Sons Ltd., 1997.
- Heskett, James L. et.al.**, *The Service Profit Chain*. New York: Simon & Schuster Inc., 1997.
- Hwang, Yong-Sik & Yung Kyun Choi**, Higher Education Service Quality and Student Satisfaction, Institutional Image, and Behavioral Intention; *Social Behavior and Personality*, an International Journal, Volume 47, Issue 2, e7622, 2019.
- Iverson, D.** Roderick, The Role of Employee Commitment and Trust in Service Relationships. Marketing Intelligence and Planning, 14/3, 1996.
- Johnston & Robert A** and Norton David P. The Determinants of Service Quality: Satisfier and Dissatisfier, International Journal of service industry management, Vol. 6, No.5, 1995.
- Keith, Devis & John W. Newstrom**, Organizational Behavior, Human Behavior at Work, New York: McGraw-Hill, 1999.
- Kinlaw, C. Dennis**, Coaching for Commitment. San Fransisco: Jossey-Bass/Pfeiffer, 1999.
- Kotler, Philip**, Marketing Management. New Jersey: Pearson Education Inc., 2004.

- Kotler, Philip**, Marketing Management. New Jersey: Pearson Education Inc., 2000.
- Kotler, Philip**, & Karen F. A., Fox, Strategic Marketing For Educational Institutions. New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1995.
- Kotler, Philip**, Gary Armstrong, Principles of Marketing, New Jersey: Pearson Education Inc., 2002.
- Marcia, J.E.**, et.al. Ego Identity. New York: A Handbook for psychosocial research, Springer-Verlag, 1993.
- Mitrani, Alain** & Murray Dalziel, Competence Based Human Resource Management. London: Kogan Page Limited, 1994.
- Mulyono, Anton**, Kamus Bahasa Indonesia, (1998).
- Naumann, Earl**, Kathleen Giel, Customer Satisfaction Measurement and Management, Using The Voice of the Customer. Ohio: Thomson Executive Press., 1995.
- Oliver, Richard L.**, Satisfaction, A Behavioral Perspective on The Consumer. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc., 1997.
- Parasuraman**, et.al., SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Miami: Journal of Retailing. 64, 1988.
- Porter, Michael, E.**, On Competition. Harvard College: A Harvard Business Review Book, 1998.
- Rucci, J. Anthony**, et.al., The employee-Customer Profit Chain At Sears. Harvard: Business Review, 1998.
- Shahsavar, Tina** & Frantisek Sudzina, Student Satisfaction and Loyalty in Denmark: Application of EPSI Methodology; [https://doi.org/10.1371/journal.pone.0189576, 2017](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0189576).
- Sekaran, Uma**, Research Methods For Business, A Skill Building Approach, Fourth edition, John Wiley & Sons Inc., 2003.
- Singarimbun**, Masri, dan Sofian Effendi, Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES, 1989.
- Zeithaml**, Valarie A & Mary Jo Bitner, Service Marketing. New York: A Division of The McGraw Hill-Companies, 1996.