

Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Bimbingan Belajar Ganesha Operation Tahun Ajar 2020

Susan Purnama

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email : susanpurnama@unibi.ac.id

Abstrak

Pengamatan pendahuluan menunjukkan bahwa kepuasan peserta didik Bimbel GO masih belum optimal. Dugaan penyebab hal tersebut adalah kualitas pelayanan. Penelitian ini merupakan penelitian sampel, dengan jumlah obyek dalam populasi sebanyak 598 akan dilihat gambaran deskriptif kualitas pelayanan pada bimbingan belajar Ganesha Operation. Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang dilakukan, selanjutnya dapat diperoleh gambaran mengenai variabel Kualitas Pelayanan (X2) yaitu dengan skor rata-rata 3,36. Skor rata-rata tersebut sesuai dengan kriteria penafsiran yang termasuk dalam kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap variabel Kualitas Pelayanan Bimbel GO. Dari pilihan responden tersebut menunjukkan bahwa Bimbel GO merupakan Lembaga Bimbingan Belajar yang telah mendapat kepercayaan masyarakat dalam hal kualitas pelayanan yang diberikannya, dimana Bimbel GO ini memberikan jaminan nilai raport yang bagus, apalagi ditambah dengan pemebrian jaminan lulus SNMPTN dan SBMPTN bagi yang mengambil program "The Winning Team". Namun demikian dimensi jaminan bukanlah satu satunya penyebab para peserta didik memilih Bimbel GO, karena dimensi bukti nyata juga memiliki skor yang baik. Ini berarti faktor jaminan dan bukti nyata merupakan dua hal yang sangat memegang peranan penting. Tak kalah pentingnya adalah dimensi dipercaya juga menjadi faktor yang cukup menentukan, meskipun nilainya tidak terlalu tinggi. Oleh karena itu, selain dimensi jaminan, maka dimensi bukti nyata dan dimensi dipercaya menjadi perhatian utama, minimal untuk tetap dipertahankan dan tentunya akan lebih baik lagi untuk selalu ditingkatkan setiap saat.

Kata Kunci : Analisis Deskriptif, Kualitas Jasa, Bimbingan Belajar G.O

Abstract

The introduction shows that the satisfaction of the GO Bimbel students is still not optimal. The alleged cause of this is the quality of service. This research is a sample study, with the number of objects in the population as many as 598. The description of the quality of service in Ganesha Operation tutoring will be seen. Based on the results of data processing, we can then obtain an overview of the Service Quality variable (X2) with an average score of 3.36. The average score is in accordance with the criteria included in the fairly good category. This is sufficient to indicate that the respondents gave a good assessment of the GO Bimbel Service Quality variable. From the respondent's choice, it shows that Bimbel GO is a Tutoring Institution that has the public's trust in the quality of the services it provides, where Bimbel GO provides a guarantee of good report cards, moreover coupled with the guarantee of passing SNMPTN and SBMPTN for those who take the "The Team" program. However, the dimension guarantees the only reason why students choose Bimbel GO, because the tangible evidence dimension also has a good score. This means that guarantees and tangible evidence are two things that play an important role. No less important is the trusted dimension. the decisive factor, the value is not too high. Therefore, in addition to the dimension of assurance, the dimensions of tangible evidence and dimensions of trust are the main concern, at least to be maintained and of course it will be better to always improve at any time.

Keywords: *Descriptive Analysis, Quality of Service, Guidance G.O*

1. PENDAHULUAN

Persaingan untuk memperebutkan calon peserta didik dan mempertahankan peserta didik yang sudah ada merupakan tantangan yang semakin besar dan harus dihadapi oleh lembaga bimbingan belajar dalam memasarkan produknya. Lembaga bimbingan belajar harus meningkatkan jumlah peserta didik secara signifikan agar lembaga bisa berkembang dengan baik, setidaknya harus bisa mempertahankan jumlah peserta didik yang sudah diraih agar bisa tetap eksis. Ganेशha Operation ini adalah lembaga pendidikan yang berorientasi pada profit dengan menjual produk berupa jasa layanan kepada siswa atau pelajar untuk meningkatkan prestasinya dalam bidang akademik di sekolahnya dan persiapan untuk masuk ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi

(dari SD ke SMP, dari SMP ke SMA, maupun dari SMA ke Perguruan Tinggi) yang memiliki kualitas unggul atau memiliki reputasi baik.

Selama kurun waktu 8 tahun terakhir (dimulai sejak tahun 2010), secara umum lembaga bimbel GO mengalami peningkatan jumlah siswa atau peserta didik, dan tentunya berdampak pada peningkatan profit lembaga. Namun secara khusus untuk GO Unit Jl. Sumatra. No.35, dalam kurun waktu satu tahun terakhir (dari Juli 2019 s.d Juni 2019) mengalami kecenderungan penurunan jumlah siswa yang cukup signifikan, sehingga pendapatan yang diperoleh dari GO cabang Jl. Sumatra No.35 ini cenderung mengalami penurunan. Data pra-survey tentang kualitas pelayanan di Bimbingan Belajar Ganेशha Operation Unit Jl. Sumatra No.35 Bandung adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Distribusi Jawaban					Total	Jumlah Skor per Dimensi	Rata2 Skor per Dimensi	Kriteria
		SS	S	CS	TS	STS				
		5	4	3	2	1				
1	Dipercaya	3	11	10	6	0	30	101	3,37	Cukup Baik
2	Kemampuan Reaksi	3	7	12	7	1	30	94	3,13	Cukup Baik
3	Jaminan	4	11	9	6	0	30	103	3,43	Baik
4	Empati	4	7	10	9	0	30	96	3,20	Cukup Baik
5	Bukti Nyata	4	10	10	6	0	30	102	3,40	Cukup Baik
Frekuensi		18	46	51	34	1	150			
Skor		90	184	153	68	1	496			
Persentase		12,00%	30,67%	34,00%	22,67%	0,67%	100%			

Rata-rata Skor	3,31	Cukup Baik
----------------	------	------------

Dari data survey pendahuluan yang tersaji, ternyata kualitas pelayanan cenderung melemah atau mengalami penurunan karena disebabkan oleh unsur kemampuan reaksi Hal ini ditunjukkan oleh fakta yang menunjukkan bahwa hasil pra survey unsur kemampuan reaksi merupakan unsur terlemah. Dengan kata lain unsur kemampuan reaksi merupakan faktor yang menjadi penyebab utama menurunnya kualitas pelayanan di GO. Dari fenomena yang ada, lembaga bimbingan belajar GO harus meneliti faktor-faktor apa saja yang menjadi penyebab menurunnya kualitas pelayanan. Identifikasi penelitian ini adalah untuk melihat gambaran kualitas pelayanan yang ada di Ganesha Operation Jl. Sumatra 35 Bandung.

2. KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran Jasa

Kotler dan Keller dalam Benyamin Molan (2007:428) memberikan definisi bahwa jasa adalah setiap tindakan atau performance yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terikat dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik. Lovelock (2002:6), menekankan bahwa jasa lebih merupakan suatu proses ataupun performance daripada sekedar barang.

Pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi, dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Kualitas Jasa

Teori "Quality" yang dikemukakan oleh Marcel dalam bukunya Quality Assurance of Pharmaceutical menyatakan "Bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan". (2003:192). Menurut

J.Supranto dalam bukunya Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengertian "kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik". (2006:226), Menurut Parasuraman di dalam bukunya pelayanan pelanggan yang sempurna, Zeithaml, dan Berry (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2007, p.132) dimensi kualitas layanan meliputi 10 aspek, yaitu :Reliabilitas, Responsivitas atau daya tanggap, Kompetensi, Akses, Kesopanan, Komunikasi, Kredibilitas, Keamanan, Kemampuan memahami pelanggan, Bukti fisik Kesepuluh dimensi tersebut disederhanakan menjadi lima dimensi pokok, yaitu kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (assurance). Sedangkan, akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan di intergrasikan menjadi empati (empathy).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Lembaga Bimbingan Belajar Ganesha Operation Unit Jl. Sumatra No.35 Bandung secara rumusan deskriptif. Obyek penelitian adalah para peserta didik yang belajar di bimbel Ganesha Operation Jl Sumatra No.35. Penelitian dilakukan selama delapan bulan, yaitu mulai bulan Oktober 2017 sampai dengan Juni 2018. Namun karena populasi yang ada termasuk dalam kategori jumlah yang banyak, yaitu 598 sehingga digunakan sampel. Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + (N)(d^2)}$$

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan

Kemudian dapat dihitung ukuran sampel total

598

$$n = \frac{240 \text{ orang}}{1 + 598 (0,05)^2} = 239,88 =$$

Dengan demikian ukuran sampel minimal yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah 240 orang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan studi kasus terhadap peserta didik Bimbel GO unit Jl. Sumatera No.35 Bandung periode Juli 2017 sampai dengan Juni 2018. Rincian peserta didik yang dimaksud adalah sebagai berikut :

Tabel 4
Peserta didik periode Juli 2019 s.d Juni 2019

NO	SMA	JENIS KELAMIN		
		LAKI-LAKI	PEREMPUAN	TOTAL
1	SMA 1	43	39	82
2	SMA 2	38	31	69
3	SMA 3	52	43	95
4	SMA 4	35	33	68
5	SMA 5	55	49	104
6	SMA 8	28	22	50
7	SMA Lainnya	68	62	130
Jumlah		319	279	598

Berikut hasil uji validitas untuk kualitas pelayanan

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan pada Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Skor	Kategori
X _{2.1}	,577	Valid
X _{2.2}	,417	Valid
X _{2.3}	,556	Valid
X _{2.4}	,600	Valid
X _{2.5}	,626	Valid
X _{2.6}	,566	Valid
X _{2.7}	,488	Valid
X _{2.8}	,500	Valid

Item	Skor	Kategori
X _{2.9}	,437	Valid
X _{2.10}	,532	Valid
X _{2.11}	,574	Valid
X _{2.12}	,549	Valid
X _{2.13}	,507	Valid
X _{2.14}	,437	Valid
X _{2.15}	,419	Valid
X _{2.16}	,512	Valid

Instrumen untuk mengukur variabel kualitas pelayanan (X₂) terdiri atas 16 item pernyataan yang telah lolos uji validitas, yaitu item pernyataan yang memiliki nilai korelasi lebih dari 0,3. Berikut hasil rekapitulasi rumusan deskriptif kualitas pelayanan:

Tabel 6
Rekap Dimensi Variabel Kualitas pelayanan

No	Dimensi	Skor	Skor Max	Skor Min	Skor Rata2	Kategori
1	Dipercaya	2410	3600	720	3,35	cukup baik
2	Kemampuan reaksi	2109	3600	720	2,93	cukup baik
3	Kemampuan reaksi	2663	3600	720	3,70	baik
4	Empati	2203	3600	720	3,06	cukup baik
5	Bukti Nyata	3508	4800	960	3,65	baik
Total		12893	19200	3840	16,69	
Rata-rata					3,34	cukup baik

Berdasarkan data dari tabel tersebut, maka dapat dikatakan bahwa pernyataan responden mengenai alasan pemilihan Bimbel GO yang disebabkan karena faktor Kualitas Pelayanan, termasuk dalam kategori cukup baik, yaitu dengan total skor rata-rata 3,34.

5. KESIMPULAN

Secara keseluruhan (secara rata-rata), dimensi yang terlibat dalam variabel Kualitas Pelayanan (X₂) mendapat tanggapan yang

cukup baik, oleh karena itu seluruh dimensi yang ada tersebut harus ditingkatkan, khususnya dimensi kemampuan reaksi yang memiliki nilai terendah harus memiliki perhatian yang lebih khusus. Diantara semua indikator yang ada, terdapat 2 indikator utama yang harus mendapat perhatian paling besar (prioritas utama untuk ditingkatkan), dimana 2 indikator ini memiliki nilai terendah, yaitu:

- a. Kemampuan karyawan untuk membantu siswa
- b. Tingkat kecepatan karyawan melayani siswa

Untuk meningkatkan dimensi kemampuan reaksi ini dapat dilakukan diantaranya dengan cara meningkatkan kompetensi pengajar maupun karyawan GO dengan selalu melakukan evaluasi dan pelatihan secara periodik, sehingga kemampuan untuk memberikan pelayanan kepada para peserta didik, baik pelayanan yang berkaitan dengan konten materi pelajaran maupun pelayanan yang bersifat administratif dan kemudahan dalam mengikuti bimbel di GO akan semakin meningkat. Dengan demikian diharapkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh GO kepada peserta didiknya akan selalu meningkat.

6. REFERENSI

Alma, Buchari., (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.

Heene, A., Desmidt, S., (2010) *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*, PT Refika Aditama, Bandung.

Kotler, P. and Keller, K., (2012), *Marketing Management*, 14th Edition, Pearson Prentice Hall.

Lovelock, C. & Wirtz, J., (2011), *Service Marketing, 7th edition*, Pearson education, London, England.

Tjiptono, F., Chandra, G., dan Adriana, D., (2008), *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, F., (2008), *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Andi, Yogyakarta.

Wijayanti, I. D. S., (2008), *Manajemen*, Mitra Cendikia Press, Yogyakarta.

Zeithaml, Valerie. and Bitner, (2000), *Service Marketing*, Mc Graw Hill Inc, International Edition, New York.