

Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan (Studi Kasus Ibu Ibu Rumah Tangga di Bedahan, Sawangan, Depok)

Fadli Rasam¹, Elin Karlina², & Ani Interdiana Candra Sari³

^{1,2,3} Program Studi Pendidikan Ekonomi, FIPPS, Universitas Indraprasta PGRI

ARTICLE INFO

Article History:

Received 14 September 2022

Revised 04 November 2022

Accepted 11 November 2022

Keywords:

Kualitas Pelayanan;
Kepuasan Pelayanan;
Peserta Pelatihan.

ABSTRACT

The reason for this study is to make parameters in the success of counseling programs for the community, especially housewives, and assess deficiencies for further improvement, while the purpose of this study is to obtain empirical answers and know the Role of Service Quality towards Training Participant Satisfaction (Case Study on Housewives in Sawangan, Surgery). This research was conducted in Bedahan, Sawangan Depok with 20 respondents. The method used is a survey with a simple linear regression analysis approach. Based on research and SPSS calculations, the results of the study obtained there was a positive and significant influence on the variable quality of services provided by lecturers on the satisfaction received by the training participants. Consumer satisfaction is a response to the behavior shown by consumers by comparing performance or perceived results with expectations. If the perceived results are below expectations, then consumers will be disappointed, dissatisfied, and even dissatisfied, but on the contrary, if they match expectations, consumers will be satisfied and if the performance exceeds expectations, consumers will be very satisfied. Customer satisfaction is influenced by the perception of service quality, product quality, price, and factors that are personal and that are momentary situations.

Yang menjadi alasan dalam penelitian ini adalah menjadikan parameter dalam keberhasilan program penyuluhan terhadap masyarakat khususnya ibu rumah tangga dan menilai kekurangan untuk perbaikan selanjutnya, sementara tujuan dari penelitian ini adalah ingin memperoleh jawaban secara empirik dan mengetahui Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Sawangan, Bedahan). Penelitian ini dilaksanakan di Bedahan, Sawangan Depok dengan responden 20 peserta. Metode yang digunakan adalah survei dengan pendekatan analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan penelitian dan perhitungan SPSS diperoleh hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan yang diberikan dosen terhadap kepuasan yang diterima oleh peserta pelatihan. Kepuasan konsumen adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.



2022 The Author(s). Published by Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Corresponding Author:

Fadli Rasam,

Email: fadrasam@gmail.com

How to Cite: Rasam, F., Karlina, E. Sari, A.I.C. (2022). Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan (Studi Kasus pada Ibu-Ibu Rumah Tangga di Bedahan, Sawangan Depok. *Sosio e-Kons*, 14 (3), 226-232

PENDAHULUAN

Dalam rangka membantu program pemerintah dalam pembangunan ekonomi yang mencakup beberapa sektor, diantaranya adalah sektor riil yang meliputi semua kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa secara riil. Hasil riil tersebut diperoleh melalui kontribusi bersama dari empat komponen atau faktor produksi, yaitu tenaga kerja, barang modal, tanah, dan kewiraswastaan (Astamoen, 2008). Melalui pemberdayaan masyarakat diharapkan dapat mengali potensi yang ada, yaitu dengan membuka lapangan kerja bagi masyarakat dengan memberikan motivasi dalam menciptakan wirausaha-wirausaha baru bagi masyarakat khususnya para ibu rumah tangga

Adapun hambatan yang diduga kuat menjadi penyebab kurang berkembangnya kewirausahaan di Indonesia menurut (Astamoen, 2008), yaitu:

1. Pengaruh pola pikir yang masih tradisional
2. Kurangnya motivasi dan antusias
3. Sifat insinyur yang *introvert*
4. Pengaruh etos keberhasilan yang kurang menghargai proses
5. Berjiwa cari aman atau main aman
6. Kelemahan dalam *leadership*
7. Pengaruh feodalisme gaya baru
8. Takut tidak mempunyai status sosial
9. Kerja ingin enteng, hasilnya ingin besar, dan tidak mau menanggung resiko
10. Kurangnya pendidikan kewirausahaan
11. Kurangnya dukungan pemerintah pusat dan daerah

Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan usaha yang sungguh-sungguh dari masyarakat itu sendiri serta pemberian motivasi dan pendidikan informal berupa keterampilan sebelum terjun ke dunia usaha (Prasetyono, Kurniasari, & Desnaranti, 2019). Mengapa sasarannya para ibu rumah tangga? Karena dengan berwirausaha bisa bekerja di rumah artinya tidak meninggalkan pekerjaan utamanya sebagai istri dan ibu. Oleh karena itu, kami dari dosen pendidikan ekonomi memberikan pelatihan dan pembekalan kepada ibu-ibu rumah tangga dalam berwirausaha, salah satunya dengan memanfaatkan kain perca menjadi barang yang bernilai ekonomis. Kain perca tersebut dapat dibuat bross, bandana, hiasan perabot rumah tangga lainnya.

Penelitian ini mengamati kualitas pelayanan (jasa) yang diberikan para dosen dalam memberikan pelatihan dan kepuasan konsumen (ibu-ibu rumah tangga) dalam mengikuti pelatihan di Bedahan-Sawangan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2005). Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dia konsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003).

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002).

Menurut Kotler dalam (Lupiyoadi, 2013) Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.

Menurut (Irawan, 2002), ada lima *driver* utama kepuasan konsumen, yaitu:

1. Kualitas produk. Konsumen puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga. Untuk konsumen yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. *Service quality*. Kualitas pelayanan juga merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi. Salah satu konsep *service quality* yang populer adalah ServQual. Berdasarkan konsep ini, *service quality* diyakini mempunyai lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*.

4. *Emotional factor*. Rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan konsumen.
5. Kemudahan. Konsumen akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan definisi kepuasan konsumen adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Pada hakikatnya pengukuran kualitas suatu jasa atau produk dapat diperoleh melalui pengukuran atas kepuasan pelanggannya yang ditunjukkan melalui variabel harapan dan kinerja yang dirasakan pelanggan atau *perceived performance* (Tjiptono, 2001).

“Namun demikian kualitas jasa lebih sukar didefinisikan, dijabarkan, dan diukur bila dibandingkan dengan kualitas barang. Bila ukuran kualitas dan pengendalian telah lama ada untuk barang-barang berwujud (*tangible goods*), maka untuk jasa berbagai upaya telah dan sedang dikembangkan untuk merumuskan ukuran-ukuran semacam itu” (Tjiptono, 2000).

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam (Lupiyoadi, 2006) yaitu:

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud dengan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
2. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pengunjung, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pengunjung kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pengunjung dengan berupaya memahami keinginan pengunjung. Sebagai contoh Perusahaan harus mengetahui keinginan pengunjung secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Kepuasan dapat membentuk persepsi, dan hal ini dapat memposisikan kualitas pelayanan di mata pelanggannya. Para dosen perlu mengetahui kualitas pelayanan yang telah diberikan, dan sampai seberapa jauh mempengaruhi kepuasan konsumennya. Hal tersebut penting sebagai acuan dalam membenahan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan bisa memberikan kepuasan pada tingkat yang optimal.

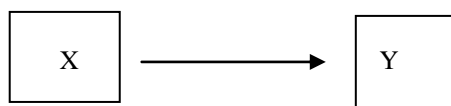
Bertitik tolak dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Bedahan, Sawangan, Depok)”**.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Bedahan, Sawangan, Depok)?

Sesuai dengan uraian yang telah dikemukakan pada tujuan umum penelitian, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah ingin memperoleh jawaban secara empirik dan mengetahui Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Bedahan, Sawangan, Depok).

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan regresi linear sederhana. Pengaruh antara variabel bebas dan tergantung. Penelitian ini dapat digambarkan dalam bentuk model analisis regresi linear sederhana, seperti pada gambar 1



Gambar 1 Model Regresi Linear Sederhana

Keterangan:

X : Kualitas Pelayanan

Y : Kepuasan

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu-ibu yang mengikuti pelatihan pemanfaatan limbah kain perca menjadi barang bernilai ekonomis sebanyak 20 peserta tahun 2017.

Sampel penelitian ini sebanyak 20 peserta pelatihan (ibu-ibu rumah tangga) yang berada di Bedahan Sawangan Depok Jawa Barat yang ditentukan dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2010).

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran karakteristik penyebaran skor setiap variabel yang diteliti dengan menghitung rata-rata, simpangan baku, distribusi frekuensi, varians, modus, dan median serta pembuatan histogram. Sedangkan statistik inferensial dilakukan dengan teknik analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk menentukan pengaruh variabel bebas dan tergantung.

Teknik regresi dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Semua pengukuran dilakukan pada taraf signifikansi α 0.05.

Adapun langkah-langkah yang diambil dalam analisis data, yaitu:

1. Mengolah skor dari instrumen penelitian dan penyebaran data disajikan dalam bentuk pengelompokan data, *mean*, median, modus, simpangan baku, distribusi frekuensi, varians, dan pembuatan histogram dari skor setiap variabel.
2. Menghitung analisis regresi linear sederhana antara variabel yang ada, dilanjutkan dengan uji signifikan analisis regresi linear sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berikut ini adalah ringkasan hasil ujicoba instrument penelitian:

Tabel 1.
Ringkasan Hasil Uji Coba Instrumen

No	Variabel	Jenis Instrumen	Jumlah Sebelum Uji	Jumlah Setelah Uji	Reliabilitas	Validitas
1	Kualitas Pelayanan	Angket	15	15	0,964	Rata-rata 0,677
2	Kepuasan	Angket	15	15	0,968	Rata-rata 0,606

Sumber: Diolah peneliti

Berdasarkan tabel 1 bahwa angket kualitas pelayanan dan kepuasan dapat digunakan sebagai data penelitian, karena telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 2.
Ringkasan Analisis Regresi Linear Sederhana

	R	KD	Sig. T	t hitung	Persamaan Regresi
X	0,574	32,9%	0,008	2,972	$Y = 17,999 + 0,635 X$

Sumber: Diolah peneliti

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,574 yang berarti hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan berada pada tingkat hubungan yang sedang. Kualitas pelayanan memberikan kontribusi kepada kepuasan sebesar 32,9% dan 67,1% dipengaruhi factor lain. Persamaan regresi $Y = 17,999 + 0,635 X$ berarti jika kualitas pelayanan naik 1% maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 1%. Nilai sig sebesar $0,008 < 0,05$ atau nilai t hitung (2,972) > t tabel (2,101) maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan dosen terhadap kepuasan yang diterima oleh peserta pelatihan.

Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan yang diberikan dosen terhadap kepuasan yang diterima oleh peserta pelatihan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Thomas Stefanus Kaihatu, 2008) Pelayanan pada dasarnya dapat dikatakan sebagai suatu tindakan dan perlakuan atau cara melayani orang lain untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Tingkat kepuasan konsumen atas suatu pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diinginkannya dengan kenyataan yang diterimanya atau dirasakannya. Perhatian terhadap peningkatan kualitas pelayanan dari waktu ke waktu menjadi semakin penting. Seiring dengan perkembangannya, masyarakat sebagai konsumen tidak lagi bertindak sebagai objek dalam penilaian terhadap kualitas pelayanan, melainkan telah menjadi salah satu subjek penentu dalam menilai akan kualitas pelayanan suatu perusahaan, seperti pandangan dibawah ini: "Banyak penelitian menyatakan, kepuasan pelanggan sering ditentukan oleh kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks jasa, beberapa kepuasan pelanggan digambarkan sebagai suatu antesenden dari kualitas jasa" (Bitner Mary Jo, 1990).

Sebuah riset tahun 2004 yang dilakukan oleh *J.D. Power*, perusahaan spesialis pengukur kepuasan pelanggan dalam industri otomotif, membuktikan bahwa perusahaan yang berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan dalam jangka waktu lima tahun (1999-2004) mengalami kenaikan nilai bagi pemegang sahamnya sebesar +52%. Sebaliknya, perusahaan yang mengalami penurunan nilai kepuasan pelanggan, pemegang sahamnya juga mengalami penurunan nilai sebesar -28%. Riset *Claes Fornell* juga membuktikan, di masa krisis 2008, saham perusahaan dengan Indeks Kepuasan Pelanggan Amerika (*American Customer Satisfaction Index/ACSI*) yang baik, hanya menurun -33%, sedangkan perusahaan dengan indeks yang buruk menurun -55%. Jadi, kepuasan konsumen bukan saja berharga di masa ekonomi baik, tetapi juga di saat ekonomi buruk (Lestari, 2009).

Terdapat beberapa penelitian empiris yang mendukung bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan dalam perbankan (Caruana, 2002). (Fullerton, G., & Taylor, 2002) juga membuktikan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas layanan dan kepuasan.

Kepuasan konsumen adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan,

konsumen akan sangat puas. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik simpulan bahwa terdapat peranan positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan yang diberikan dosen terhadap kepuasan yang diterima oleh peserta pelatihan.

Kepuasan konsumen adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

ACKNOWLEDGEMENT

Dengan ini penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, serta peneliti mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Indraprasta PGRI, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Tim Peneliti, ucapan terima kasih kepada Ibu-ibu rumah tangga Bedahan Sawangan, ucapan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti.

REFERENCES/DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. (2003). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jilid 1). Jakarta: Gramedia.
- Astamoen, M. (2008). *Entrepreneurship Dalam Perspektif Kondisi Bangsa Indonesia*. Jakarta: Alfabeta.
- Bitner Mary Jo. (1990). Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses. *Journal of Marketing*, 54 April, 69–82.
- Caruana, A. (2002). Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2005). *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Fullerton, G., & Taylor, S. (2002). Mediating, Interactive, and Non-Linear Effects in Service Quality and Satisfaction with Services Research. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 19.
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia.
- Lestari, E. (2009). Menyimak Kepuasan Pelanggan di Mancanegara.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik* (Cetakan ke). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetyono, H., Kurniasari, D., & Desnaranti, L. (2019). Evaluation of the implementation of Batik-skills training program. *Research and Evaluation in Education*, 5(2), 130–143. <https://doi.org/10.21831/reid.v5i2.23918>
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction* (Cetakan Ke). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta.

Thomas Stefanus Kaihatu. (2008). Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.10, No, 66–83.

Tjiptono, F. (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer* (Edisi 1). Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2001). *Total Quality Manajemen* (Edisi Revi). Yogyakarta: Andi.