

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Infrastruktur dalam dunia pendidikan sangat di butuhkan untuk menunjang pendidikan itu sendiri. Di beberapa infrastruktur yang dikembangkan oleh beberapa universitas adalah pengembangan Asrama berbayar bagi mahasiswa. Tujuan dari program Asrama berbayar ini ialah memberi kemudahan dan keringanan tempat tinggal bersewa dengan harga yang terjangkau untuk mahasiswa, selain itu juga memacu mahasiswa belajar, dan asrama berbayar dilingkungan kampus akan menumbuhkan semangat kebersamaan sehingga suasana belajar lebih intensif antar mahasiswa. Pemerintah juga terus mendorong universitas lain yang saat ini belum memiliki asrama mahasiswa untuk perlahan-lahan membangun asrama mahasiswa. Karena idealnya, setiap kampus harus memiliki asrama mahasiswa yang bendekatan dengan perpustakaan guna menunjang mahasiswa agar lebih focus dalam studinya.

Kepuasan menjadi salah tolak ukur bagi pihak intansi untuk mengetahui apakah program yang dijalankan dapat memperoleh hasil yang maksimal sesuai yang diharapkan. Sehingga tercipta kepuasan pelanggan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan.

Menurut Tjiptono (2016) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat fator utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*expected sevice*) dan jasa yang di persepsikan (*perceived service*).

Menurut (Harfika and Abdullah 2017:48) berikut terdapat lima indikator kualitas pelayanan, yaitu: 1. Tangible (bukti fisik); 2. Realibility (keandalan); 3. Responsiveness (daya tanggap); 4. Assurance (jaminan) 5. Empathy (empati).

Universitas Negeri Jakarta (UNJ) merupakan salah satu kampus yang menyediakan banyak fasilitas menunjang kegiatan bagi mahasiswa, baik kegiatan akademik maupun non-akademik seperti fasilitas lab untuk praktikum, fasilitas olahraga seperti lapangan tenis, futsal, voli pantai, kolam renang, gym, fasilitas gedung sebaguna serta asrama yang di sediakan bagi masiswa baru masuk untuk melanjutkan study di kampus b universitas negeri jakarta.

Salah satunya adalah asrama mahasiswa menara 2 Universitas Negeri Jakarta yang berlokasi di jl. Pemuda no.10 rt.8/rw.5,rawamangun, kec. Pulo gadung, kota Jakarta timur, DKI-jakarta 13220. Merupakan sebuah hunian yang disediakan oleh kampus untuk program mahasiswa baru, program kerjasama, program platnas terpadu, dan program akomodasi event olahraga. Keberadaan rumah susun mahasiswa dikampus b universitas negeri Jakarta menjadi kebanggaan bagi civitas akademika UNJ, khususnya menambah fasilitas kegiatan akademik yang sangat dirasa kurang memadai bagi keberadaan salah satu universitas negeri di ibu kota negara tecinta ini.

Dua gedung asrama dengan empat lantai tersebut telah berdiri di lahan yang dulunya menjadi tempat belajar dan berlatih bagi mahasiswa FIK UNJ. Dimana gedung pertama yaitu asrama mahasiswa menara 1 UNJ sudah di isi dengan kegiatan mahasiswa, dengan program PPG dan SM3T yang merupakan program universitas. Dengan adanya program ini maka akan muncul berbagai ekspetasi atau harapan dari para orang tua atau mahasiswa serta mitra yang menjalaninnya.

Dan gedung kedua adalah asrama mahasiswa menara 2 Universitas Negeri Jakarta merupakan sebuah hunian yang disediakan oleh kampus untuk program mahasiswa baru bidikmisi, program kerjasama, program pelatnas terpadu, dan program akomodasi event olahraga. Dalam berbagai program tersebut pengelola

asrama berbayar perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan penghuninya.

Dengan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka harapan para pelanggan dalam pelayanan suatu jasa dapat terpenuhi atau bahkan melebihi harapannya, sehingga menimbulkan kepuasan di dalam diri pelanggan. Tingkat pemanfaatan pelayanan di asrama berbayar oleh penghuni menunjukkan seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas layanan asrama berbayar sekaligus meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang di tetapkan, mengingat target pasar asrama berbayar adalah para mahasiswa dimana biasanya mereka akan sangat bergantung pada kemampuan orang tua. Begitu juga dengan fasilitas yang di tawarkan dan di tunjukan untuk mendukung kebutuhan mereka untuk dapat tinggal dengan tenang dan nyaman selama melaksanakan dan menyelesaikan study mereka.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan juga terlihat beberapa karyawan yang masih kurang cepatnya penanganan keluhan penghuni dan respon karyawan dalam melakukan pelayanan jasanya, masalah air yang tiba-tiba mati, dan kebersihan bagi mahasiswa yang menempati asrama. Hal ini disebabkan karena kurangnya kualitas pelayanan dan pengawasan dari atasan sebagai pimpinan. Mengenai tingkat pelayanan yang terjadi pada asrama menara 2 UNJ ada beberapa karyawan yang kurang pada tanggung jawab akan *tangibles* dari segi kebersihan. dan *desk* pekerjaan. Karyawan yang tidak menaati peraturan dan penurunan kinerja akan mendapatkan sanksi sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh karyawan mulai dengan teguran secara lisan, peringatan tertulis.

Kualitas pelayanan sangat penting untuk memenuhi setiap harapan pelanggan, agar setiap para pelanggan jasa merasa puas akan semua pelayanan yang telah diberikan oleh sebuah intitusi/perusahaan ataupun oraganisasi. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari para pelanggan, tentu para pelanggan akan semakin puas. Untuk memberikan kepuasan konsumen, perusahaan atau intitusi harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik, serta melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Selain itu kemampuan karyawan dalam bekerja dirasa

masih kurang baik, seperti selalu menunggu perintah dari atasan. Serta sikap kerja karyawan terhadap pekerjaannya masih kurang baik.

Fasilitas merupakan faktor lain yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, perusahaan atau organisasi yang menyediakan fasilitas yang lengkap dan memadai akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Pelanggan jaman sekarang sangat kritis dan berhati-hati dalam memilih hunian, mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa Asrama berbayar. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak institusi/kampus, maka semakin semakin puas pelanggan dan mereka akan terus memilih perusahaan/organisasi tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang mereka peroleh terhadap fasilitas yang tersedia.

Terdapat beberapa masalah terkait fasilitas yang didapatkan pada asrama mahasiswa menara 2 UNJ seperti pada fasilitas Hospot/wifi yang dirasa masih kurang terpenuhi dan mengakibatkan tidak efektifnya suatu pekerjaan, tugas kuliah, masih kurangnya ventilasi udara di setiap kamar non-ac yang membuat penghuni asrama kurang menerima oksigen akibatnya membuat karyawan tidak betah berlama-lama di dalam kamar masing-masing serta penerangan di beberapa ruangan yang sudah redup sehigga membuat para penghuni merasakan sakit mata ketika melihat layar laptop yang sangat terang.

Harga juga menjadi salah satu factor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Harga yang di tetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat menyewa produk tersebut. Hal ini juga merupakan bahan pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan sewa menyewa maupun pembelian suatu produk barang dan jasa. Harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Terdapat beberapa kepuasan pelanggan yang di dapatkan pada sebuah asrama berbayar yang terjadi di Asrama mahasiswa menara 2 UNJ di indikasikan bahwa tingkat kepuasan yang kurang optimal pada kesesuaian harga dengan kualitas produk untuk pelanggan dapatkan yang membuat pelanggan tersebut kurang puas dalam persepsi mereka akan harapan yang mereka inginkan dan kurangnya koordinasi antara karyawan dengan pelanggan asrama kurang berjalan dengan baik sehingga masih ada yang merasa tidak puas akan harga yang sudah di tawarkan oleh pihak pengelola asrama karna masih jauh dari harapan.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu *alternative* yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan pelanggan terhadap pengalaman produk atau jasa. Ketidakpuasan pelanggann merupakan bagian pengalaman mereka terhadap suatu barang/jasa yang di tawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai itulah yang akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk merasakan kepuasan produk atau jasa yang pernah dirasakan. Apabila suatu perusahaan/organisasi memberikan produk atau jasanya, maka diharapkan mampu memenuhi harapan para pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa asrama menara 2 UNJ telah mengalami masalah yang merugikan mahasiswa dan pihak kampus juga sebagai penyedia fasilitas. Dengan adanya situasi tersebut maka permasalahan ini layak di teliti untuk mengetahui terkait pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas asrama dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan asrama menara 2 UNJ, sehingga dapat dilakukan perbaikan-perbaikan oleh pihak pengelola asrama sebelum terjadi tingkat ketidakpuasan yang lebih tinggi dan nantinya akan meerugikan perusahaan. Serta dapat membatu pihak pengelola asrama dan universitas negeri Jakarta dalam melakukan evaluasi terhadap asrama agar system pengelolaan asrama menjadi lebih baik lagi untuk tahun-tahun berikutnya.

Pelanggan dalam hal ini merupakan komunitas heterogen yang berasal dari berbagai latar belakang, sifat, kebiasaan, daerah, budaya dan tingkat ekonomi yang berbeda dan karena belum pernah dilaksanakan penelitian di Asrama Mahasiswa Menara 2 UNJ dan mengacu pada uraian yang dibahas diatas peneliti

tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS ASRAMA, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ASRAMA MENARA 2 UNJ**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat di indentifikasi beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan asrama mahasiswa menara 2 UNJ
2. Apakah fasilitas asrama berpengaruh terhadap terhadap pelanggan asrama mahasiswa menara 2 UNJ
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan asrama mahasiswa menara 2 UNJ
4. Seberapa kuat pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas asrama dan variasi harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan asrama mahasiswa menara 2 UNJ

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan asrama mahasiswa menara 2 UNJ.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas asrama terhadap kepuasan pelanggan asrama mahasiswa menara 2 UNJ.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan asrama mahasiswa menara 2 UNJ.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas asrama, dan variasi harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan asrama menara 2 UNJ.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Penulis

Untuk menambah pengetahuan dalam bidang pengelolaan pelayanan, khususnya tentang masalah kualitas jasa pelayanan pada asrama kampus. Selain itu peneliti dapat menerapkan teori yang diperoleh di bangku kuliah ke dalam praktek yang sesungguhnya.

2. Asrama Menara 2 kampus b UNJ

Merupakan masukan dan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam menerapkan kebijakan perusahaan. Agar dapat meningkatkan kualitas dalam pelayanan terhadap konsumen asrama menara 2 UNJ.

3. Akademis

Sebagai bahan referensi untuk penelitian di bidang kualitas pelayanan jasa di masa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah khasanah di bidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.