

Kode/Rumpun Ilmu : 594/Ilmu Administrasi

**LAPORAN
PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**ANALISIS KUALITAS LAYANAN REGISTRASI ONLINE UNIVERSITAS
TERBUKA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI UPBJJ-UT KUPANG)**

OLEH

NOVENI MARLINA MALLE, S.Sos., M.A.

NIDN. 7117804

BULKIS, S.TP, M.Si

NIDN. 23048401

IMELDA K. KEY, ST

**UNIVERSITAS TERBUKA
2013**

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN HASIL
PENELITIAN DOSEN PEMULA

Judul Penelitian : Analisis Kualitas Layanan Registrasi Online
Universitas Terbuka (Studi Kasus pada Mahasiswa
di UPBJJ-UT Kupang)

Kode/Rumpun Bidang Ilmu : 594/Ilmu Administrasi

Ketua Peneliti

a. Nama Lengkap & Gelar : Noveni Marlina Malle, S.Sos, M.A
b. NIDN : 7117804
c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
d. Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
e. Nomor HP : 085239239024
f. Alamat Surel (Email) : noveni@ut.ac.id

Anggota Peneliti (1)

a. Nama Lengkap : Bulkis, S.Tp
b. NIDN : 23048401
c. Perguruan Tinggi : Universitas Terbuka

Anggota Peneliti (2)

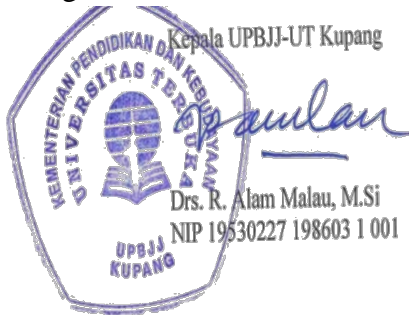
a. Nama Lengkap : Imelda K. Key, ST
b. NIDN : -
c. Perguruan Tinggi : Universitas Terbuka

Lokasi Penelitian : Kupang

Waktu Penelitian : 8 Bulan

Biaya Penelitian : - diusulkan ke DIKTI Rp.
- dana internal PT Rp. 7.500.000,-

Mengetahui



Kupang, 14 Desember 2013
Ketua Peneliti

Noveni M. Malle, S.Sos, M.A
NIP 19781107 200212 2 001



Menyetujui,
Ketua LPPM

Dra. Dewi A. Padmo Putri, M.A, Ph.D.
NIP. 196107241987102001

ABSTRAK

Analisis Kualitas Layanan Registrasi Online Universitas Terbuka (Studi Kasus pada Mahasiswa di UPBJJ-UT Kupang)

Noveni M. Malle, Bulkis dan Imelda K. Key

Keberhasilan kualitas layanan pada mahasiswa, tentunya tidak terlepas dari upaya peningkatan layanan yang diberikan pihak UT untuk berbagai aspek layanan operasional dan pengembangan inovasi. Salah satu upaya peningkatan layanan adalah dengan memberikan alternative pilihan cara registrasi secara online bagi mahasiswa non pendidikan dasar dan pasca sarjana. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas layanan registrasi online yang diberikan UT dilihat dari sisi mahasiswa sebagai pelanggan terutama di wilayah UPBJJ-UT Kupang dan mengidentifikasi dimensi kualitas layanan registrasi online yang paling kuat. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan pendekatan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan tehnik pengumpulan datanya melalui penyebaran kuisisioner kepada mahasiswa UT sebagai responden. Dimensi kualitas yang digunakan untuk melihat kualitas layanan jasa di UPBJJ-UT Kupang adalah dimensi *efficiency, reliability, ease of navigation, responsiveness, dan contact*. Hasil penelitiannya adalah bahwa mahasiswa UT sudah mempersepsikan kualitas registrasi online yang diberikan oleh UT untuk mahasiswa yang berada di wilayah UPBJJ-UT Kupang sudah dianggap baik. Sedangkan dimensi registrasi online yang paling kuat di UPBJJ-UT Kupang adalah dimensi *contact*.

Kata Kunci:

Efficiency, reliability, ease of navigation, responsiveness, dan contact

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia-Nya kami dapat menyelesaikan penelitian ini.

Tulisan ini tidak luput dari kekurangan dan kesalahan, namun hal ini merupakan proses belajar yang dapat menjadikan kita lebih baik lagi di kemudian hari.

Akhir kata, kami berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat.

Kupang, Desember 2013

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Registrasi Online	5
2.2 Kualitas Layanan	5
2.3 Kualitas Layanan Online	7
2.4 Hipotesis	14
2.7 Operasional Konsep.....	14
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Lokasi Penelitian	17
3.2 Jenis Penelitian	17
3.3 Jenis Data	17
3.4 Populasi Sampel	17
3.5 Variabel Penelitian	18
3.6 Instrumen Penelitian	18
3.7 Teknik Pengumpulan Data	18
3.8 Teknik Analisis Data	19
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Analisis Univariat.....	21
4.1.1 Dimensi <i>Efficiency</i>	21
4.1.2 Dimensi <i>Reliabilty</i>	23
4.1.3 Dimensi <i>Easy of Navigation</i>	25
4.1.4 Dimensi <i>Responsiveness</i>	27
4.1.5 Dimensi <i>Contact</i>	33

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	37
5.1 Simpulan.....	37
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Histogram Kepersetujuan Item dalam Dimensi <i>Effiency</i>	22
Gambar 4.2 Histogram Kepersetujuan Item dalam Dimensi <i>Reliability</i> ..	24
Gambar 4.3 Histogram Kepersetujuan Item dalam Dimensi <i>Ease Of Navigation</i>	26
Gambar 4.4 Histogram Kepersetujuan Item dalam Dimensi <i>Responsiveness</i>	28
Gambar 4.5 Histogram Kepersetujuan Item dalam Dimensi <i>Contact</i>	32

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Operasionalisasi Dimensi Kualitas Layanan Registrasi Online	15
Tabel 3.1 Pembagian Kelas Analisis Univariat Mean.....	19
Tabel 4.1 <i>Mean</i> Dimensi <i>Efficiency</i>	21
Tabel 4.2 <i>Mean</i> Dimensi <i>Reliability</i>	23
Tabel 4.3 <i>Mean</i> Dimensi <i>Ease Of Navigation</i>	25
Tabel 4.4 <i>Mean</i> Dimensi <i>Responsiveness</i>	28
Tabel 4.5 <i>Mean</i> Dimensi <i>Contact</i>	31
Tabel 4.6 <i>Mean</i> Kualitas Layanan Registrasi Online yang dirasakan Mahasiswa	34
Tabel 4.7 Implikasi Manajerial.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	43
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	45

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin cepat disertai tingkat persaingan yang semakin tinggi dalam berbagai bidang, mempunyai dampak yang besar bagi setiap organisasi, baik publik maupun bisnis. Organisasi dituntut beradaptasi dengan lingkungan yang semakin tidak menentu. Untuk mencapai kesuksesan dan bertahan pada era persaingan saat ini, perlunya adanya peningkatan kualitas layanan di berbagai aspek, baik produk barang maupun jasa dengan dengan senantiasa melakukan inovasi.

Dunia pendidikanpun tidak terlepas dari tingkat persaingan. Sebagai organisasi nirlaba, perguruan tinggi dituntut agar dapat memberikan layanan jasa pendidikan yang berkualitas bagi mahasiswa sehingga bisa mendapat pengakuan dan kepercayaan dari masyarakat dan pemerintah sebagai pemangku kepentingan. Kualitas merupakan tuntutan semua pemangku kepentingan pendidikan, terlepas dari jenis, jenjang, jalur, dan metode pendidikan yang diterapkan (Universitas Terbuka, 2010, p. 13). Oleh karena itu pentingnya perbaikan sistem kualitas pada perguruan tinggi secara berkelanjutan harus berorientasi pelanggan, dengan fokus untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan mekanisme yang ada. Ini merupakan strategi lembaga agar bisa bersaing dengan para kompetitornya (Sallis, 2010).

Universitas Terbuka sebagai Perguruan Tinggi Jarak Jauh (PTJJ) menerapkan sistem belajar terbuka dan jarak jauh. Sebagai PTJJ, ada beberapa komponen yang tidak semuanya terdapat dalam sistem belajar tatap muka. Komponen tersebut adalah bahan ajar, registrasi, distribusi bahan ajar, proses belajar, dan evaluasi. Dengan keberagaman kondisi mahasiswa yang tersebar dan mempunyai latar belakang yang heterogen, tentunya membutuhkan upaya yang keras dari UT agar dapat meningkatkan kualitas layanannya untuk lima komponen tersebut.

UT sebagai PTJJ selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas layanannya dengan harapan dapat menjangkau ketersebaran mahasiswa di berbagai daerah. Salah satunya dengan menerapkan sistem registrasi secara online walaupun mahasiswa tetap bisa melakukan kegiatan registrasi dengan mengirimkan formulir registrasi secara manual maupun email ke Unit Program Belajar Jarak Jauh – UT (UPBJJ-UT) sebagai unit operasional di lapangan. Dengan fasilitas ini, diharapkan mahasiswa tidak perlu harus

menghubungi pihak UPBJJ-UT untuk melakukan registrasi lalu pihak UPBJJ harus mengirimkan lagi hasil cetak registrasi ke mahasiswa. Registrasi online yang terhubung dengan internet sebagai jejaring dari komputer-komputer yang terletak di tempat terpisah, memudahkan mahasiswa melakukan registrasi online dan komunikasi global dengan harga murah (Suwarman et.al, 2011). Meskipun penerapan registrasi online ini sudah dilaksanakan, tapi pelayanan ini baru ditujukan untuk mahasiswa non pendidikan dasar baik untuk strata satu maupun mahasiswa pasca sarjana. Untuk mahasiswa pasca sarjana, layanan registrasi online ini sudah wajib dilaksanakan mulai tahun 2013 dengan harapan kondisi mahasiswa berada di mana saja, dapat melakukan kegiatan registrasi online berdasarkan pada kalender akademik yang sudah ditentukan.

UPBJJ-UT Kupang merupakan salah satu UPBJJ yang berada di propinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Jangkauan layanan yang diberikan oleh UPBJJ-UT Kupang adalah mahasiswa yang berada di wilayah NTT baik itu program Non Pendidikan Dasar S1, pasca sarjana maupun program pendidikan dasar. Dengan keadaan geografis NTT yang berkepulauan, tentunya akan mempengaruhi kualitas layanan jasa yang diberikan pada mahasiswa. Dengan diterapkannya layanan registrasi online diharapkan dapat membantu mahasiswa UT yang melakukan registrasi tanpa harus menghubungi dan atau mengirimkan formulir registrasi ke UPBJJ-UT Kupang.

Upaya UT dengan layanan registrasi online tentunya tidak dengan tanpa kendala. Hal-hal yang menjadi permasalahan dalam proses layanan jasa UT yang menjadi keluhan mahasiswa pada UPBJJ-UT Kupang berkaitan dengan layanan registrasi online yaitu, pengembangan aplikasi yang baru diluncurkan tapi wajib dilakukan oleh mahasiswa pascasarjana dan alternatif pilihan registrasi bagi mahasiswa non pendas masih belum terlalu dipahami cara penggunaannya oleh mahasiswa karena kesulitan dalam mengakses disertai infrastruktur informasi teknologi di daerah menjadi salah satu kendala mahasiswa. Selain itu, penyampaian informasi mengenai fasilitas registrasi online yang belum bisa secara menyeluruh diketahui oleh mahasiswa karena kondisi NTT yang sebagai daerah berkepulauan menjadi kendala yang dihadapi oleh UPBJJ-UT Kupang. Tentunya hal ini bukan merupakan alasan bagi pihak UPBJJ-UT Kupang untuk tidak melaksanakan sosialisasi informasi bagi mahasiswa sebagai perpanjangan tangan dari UT. Kesiapan sumber daya manusia UPBJJ-UT Kupang pun perlu menjadi perhatian. Apabila mahasiswa merasa kesulitan dalam melakukan registrasi online, staf UT sebagai tenaga pemasar di

lapangan harus bisa menjelaskan dan memfasilitasi jikalau ada masalah yang berhubungan dengan aplikasi registrasi online. Hal – hal ini perlu dicermati dan ditindaklanjuti sehingga layanan UT pada mahasiswa selalu dapat ditingkatkan untuk keberlangsungan bisnis UT sebagai organisasi nirlaba.

1.2 Perumusan Masalah

UT sebagai PTJJ menggunakan metode yang berbeda dengan perguruan tinggi tatap muka dengan menerapkan sistem terbuka dan jarak jauh. Dengan sistem yang demikian, tentunya memerlukan usaha yang keras bagi UT untuk meningkatkan kualitasnya diberbagai bidang. Salah satu upaya peningkatan kualitas yang dilakukan UT adalah dengan memberikan layanan elektronik untuk memudahkan mahasiswa melakukan registrasi secara online. UPBJJ-UT Kupang merupakan unit operasional yang jangkauan layanan mahasiswanya paling banyak dibanding dengan daerah UPBJJ-UT yang berada di wilayah berkepulauan lainnya. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada mahasiswa di UPBJJ-UT Kupang, sehubungan dengan layanan registrasi online UT. Adapun pertanyaan penelitian yang diajukan adalah:

1. Bagaimana kualitas layanan registrasi online UT dilihat dari sisi mahasiswa UT sebagai pelanggan?
2. Dimensi kualitas layanan registrasi online UT manakah yang paling kuat ?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara khusus, tujuan penelitian yang hendak dicapai peneliti dengan melakukan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis kualitas layanan layanan registrasi online UT dilihat dari sisi mahasiswa UT sebagai pelanggan.
2. Mengidentifikasi dimensi kualitas layanan registrasi online yang paling kuat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. **Akademis** : Hasil penelitian yang diperoleh melengkapi penelitian terkait dengan kualitas layanan khususnya dengan menggunakan teori (1) Parasuraman, Zeithaml, dan Berry; (2) Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra. Kebaharuan penelitian ini secara akademis adalah pada penggabungan antara analisis univariat dengan

menggunakan distribusi frekuensi dan nilai rata-rata yang diklasifikasikan menurut kategori-kategori tertentu untuk menganalisis kualitas layanan registrasi online UT dilihat dari sisi mahasiswa sebagai pelanggan.

- 2. Praktis:** Dalam tataran praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan pendapat berupa uraian pembahasan dan saran yang layak untuk dipertimbangkan oleh UT sebagai Perguruan Tinggi Jarak Jauh dalam upaya untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas layanan registrasi online pada mahasiswa.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Registrasi Online

Dalam sistem pendidikan jarak jauh ada lima komponen utama yang tidak semuanya terdapat dalam sistem belajar tatap muka. Kelima komponen itu adalah bahan ajar, registrasi, distribusi bahan ajar, proses belajar, dan evaluasi. Registrasi merupakan rangkaian pendaftaran mahasiswa mulai dari pembelian formulir di kantor UPBJJ, pembayaran SPP di bank, sampai akhirnya pengembalian formulir registrasi di kantor-kantor UPBJJ baik di antar langsung oleh mahasiswa atau dikirimkan melalui pos (Sistem Belajar Jarak Jauh, 2010, p. 4).

UT mengenal 4 (empat) jenis registrasi, yaitu (1) registrasi pertama, (2) registrasi mata kuliah, (3) registrasi ujian ulang, dan (4) registrasi Tugas Akhir Program (TAP). Registrasi pertama merupakan pencatatan data pribadi (DP) mahasiswa beserta mata kuliah yang diambil pada semester pertama. Pencatatan DP hanya dilakukan satu kali selama menjadi mahasiswa UT. Selanjutnya, setiap awal masa registrasi semester berikutnya mahasiswa melakukan registrasi mata kuliah dan bila ada mata kuliah yang tidak lulus mahasiswa dapat melakukan registrasi ujian ulang. Pada dasarnya calon mahasiswa UT dapat melakukan registrasi sepanjang waktu. Namun, dalam pelaksanaannya waktu registrasi diatur sebagaimana tercantum dalam kalender akademik tahun berjalan (Katalog UT_2013, p. 5).

Online adalah terhubung, terkoneksi, aktif dan siap untuk operasi, dapat berkomunikasi dengan atau dikontrol oleh komputer. Online ini juga diartikan sebagai suatu keadaan dimana sebuah komputer terhubung dengan komputer lain biasanya melalui modem. Sehingga dapat disimpulkan bahwa online adalah suatu keadaan dimana sebuah komputer terhubung dengan komputer yang lain dengan menggunakan modem, sehingga bisa saling berkomunikasi (<http://blog.binadarma.ac.id/usman/2011/02/27/pengertian-online.html>). Dengan melakukan kegiatan registrasi online, maka proses registrasi secara manual menjadi alternatif pilihan bagi mahasiswa

2.2 Kualitas Layanan

Kualitas suatu organisasi baik publik maupun bisnis dapat dilihat dari aspek layanan yang diberikannya, baik lewat produk yang ditawarkannya maupun jasa yang

diberikan oleh organisasi tersebut. Definisi relatif ini memiliki dua aspek, yaitu, *pertama* adalah menyesuaikan diri dengan spesifikasi. *Kedua*, memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas bagi produsen bisa diperoleh melalui produk atau layanan yang memenuhi spesifikasi awal yang telah ditetapkan dalam gaya yang konsisten. Kualitas bagi konsumen mempunyai arti sesuatu yang memuaskan dan melampaui keinginan dan kebutuhan pelanggan, dalam artian kualitas sesuai persepsi (Sallis, 2010, p. 53 - 56).

Jasa merupakan setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang menciptakan manfaat bagi pelanggan dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan penerima. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu (Lovelock dan Wright, 2007, p. 5; Kotler dan Armstrong, 2001, p. 7).

Empat karakteristik jasa Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990, p. 15); Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2006, p. 23); Tjiptono (2012); Hurriyati (2009) yaitu :

1. Tidak berwujud (*intangibility*), karena jasa adalah kinerja atau tindakan dari objek tertentu, berbeda dengan produk fisik. Oleh karena sifatnya yang tidak berwujud tersebut maka para penyedia jasa dituntut keahliannya agar dapat memberikan jasa yang memiliki manfaat nyata bagi para konsumen.
2. Bervariasi (*heterogeneity*), karena jasa adalah kinerja maka berapa kalipun frekuensi yang diberikan, tidak langsung akan disukai atau tidak disukai oleh konsumen.
3. Bersamaan, produksi, pemakaian (*simultaneous, production, and consumption*), mempunyai arti bahwa jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Implikasinya, sukses tidaknya jasa atau layanan bersangkutan ditunjang oleh kemampuan organisasi dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, sistem kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawannya secara efektif. Faktor lain yang perlu diperhatikan adalah ketersediaan dan akses terhadap fasilitas layanan pendukung.
4. Tidak tahan lama (*perishability*). Jasa merupakan komoditi yang tidak tahan lama. Akan tetapi hubungan antara penyedia jasa dan konsumennya dapat terjalin lama, dipengaruhi oleh kualitas jasa yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Apabila konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan, maka konsumen akan kembali. Berkaitan dengan karakteristik yang melekat pada jasa tersebut, maka muncul pernyataan bahwa (1) kualitas jasa lebih sulit untuk diukur dan dievaluasi oleh pelanggan

dibandingkan dengan kualitas produk suatu barang; (2) pelanggan tidak semata-mata melakukan penilaian hanya karena layanan yang diterima tapi juga dilihat dari proses dalam melakukan layanan secara keseluruhan; (3) hanya beberapa kriteria yang dihitung oleh pelanggan dalam melakukan penilaian terhadap layanan yang diberikan. Kualitas layanan jasa ditentukan oleh pelanggan, terutama harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan dengan kenyataan dari kinerja layanan yang diterimanya (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1990, p. 16).

2.3 Kualitas Layanan Online

Kualitas layanan pada dunia pendidikan jarak jauh yang senantiasa berhubungan dengan lingkungan *online* menjadi sesuatu yang penting dalam penentuan kesuksesan atau kegagalan dari layanan PTJJ. Voss (2003) mendefinisikan layanan dalam lingkungan elektronik (*e-service*) sebagai “*the delivery as service using new media such as the web*”. Definisi tersebut berarti penyerahan jasa dengan menggunakan media yang baru yaitu *web*. Keberadaan bukti dari kualitas layanan atas penyerahan melalui *website* merupakan kesuksesan strategi yang sangat penting di bandingkan dengan harga murah dan keberadaan *web* (Zeithaml et.al, 2002).

Parasuraman et.al (2005) menyatakan definisi kualitas layanan *online* (*e-service quality*) dalam interaksinya dengan *website* adalah “*the extent to which a website facilitates efficient and effective shopping, purchasing and delivery*”. Penjelasan definisi diartikan sebagai suatu tingkat sebuah *website* secara efektif dan efisien memfasilitasi dalam hal berbelanja, melakukan pembelian dan proses penyerahan dari produk dan jasa. Penilaian kualitas *website* tidak hanya saat pengalaman selama melakukan interaksi dengan *website* tetapi juga interaksi setelah mendapatkan layanan.

Pada prinsipnya penyampaian model kualitas layanan secara elektronik (e-SQ atau e-SERVQUAL) melakukan adaptasi dan perluasan model tradisional SERVQUAL (Zeithaml, et.al, 2002). Dalam model e-SERVQUAL terdapat 4 macam gap, yaitu *information gap, design gap, communication gap, dan fulfilment gap*.

Rerangka konseptual e- SERVQUAL mengintegrasikan dua aspek utama : (1) penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan secara elektronik dan konsekuensinya; dan (2) kelemahan organisasi yang bisa berkontribusi pada penilaian jelek terhadap kualitas layanan secara elektronik.

Information gap mencerminkan kesenjangan antara tuntutan kebutuhan pelanggan berkenaan dengan sebuah website dan keyakinan pihak manajemen atau pengelola website mengenai tuntutan kebutuhan tersebut.

Design gap bisa terjadi apabila perusahaan gagal memanfaatkan secara optimal semua pengetahuan menyangkut figur-figur yang diharapkan pelanggan ke dalam struktur dan fungsi website perusahaan yang bersangkutan.

Communication gap mencerminkan kurangnya pemahaman akurat para staf pemasaran terhadap fitur, kapabilitas, dan keterbatasan websitenya. Komunikasi efektif antara staf pemasaran dan staf operasi mutlak dibutuhkan dalam rangka memastikan bahwa janji-janji kepada pelanggan tidak melebihi apa yang dilakukan atau diwujudkan.

Fulfillment gap mencerminkan kesenjangan keseluruhan antara tuntutan kebutuhan dan pengalaman pelanggan. Gap ini memiliki dua bentuk yang berbeda. Pertama, *fulfillment gap* diakibatkan janji pemasaran yang berlebihan yang tidak mencerminkan secara akurat realitas desain dan operasi website. Kedua, frustrasi pelanggan yang disebabkan kelemahan dalam desain dan operasi website, misalnya pelanggan tidak bisa merampungkan transaksi secara elektronik. Tipe dikarenakan dampak dari *information gap* dan *design gap* (Tjiptono, 2011, p. 216-219).

Menurut Zeithaml et.al. (2002), ada beberapa kriteria yang digunakan pelanggan dalam mengevaluasi kualitas layanan *online* dan *website*, yaitu:

1. Ketersediaan informasi dan isi (*information availability and content*). Ketersediaan dan kedalaman informasi yang disampaikan sering ditemukan menjadi sangat penting sebagai alasan dalam berbelanja *online*.
2. Mudah digunakan (*ease of use*). Transaksi yang dilakukan melalui *internet-based* adalah terlihat kompleks dan sangat mengintimidasi banyak pelanggan dalam menggunakannya. Sangat rasional jika kemudahan dalam menggunakan *website* merupakan faktor yang menentukan terhadap kualitas layanan *online* yang dirasakan. Kemudahan dalam menggunakan *website* sering diartikan sebagai kegunaan (*usability*) dalam konteks *online*. Fungsi pencarian, kecepatan *download*, keseluruhan desain, dan pengorganisasian merupakan elemen kunci yang mempengaruhi *usability*.

3. Keamanan atau privasi (*security/privacy*). Keamanan atau privasi merupakan kunci kriteria dalam mengevaluasi kualitas layanan *online*. Privasi melibatkan perlindungan terhadap informasi personal artinya informasi pribadi pelanggan yang dimiliki tidak dipublikasikan kepada *website* lainnya (misalnya daftar pembelian), melindungi keadaan tanpa nama, dan menyediakan persetujuan yang diberitahukan. Persepsi keamanan telah menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap sikap dari penggunaan layanan *online* keuangan.
4. Gaya grafis (*graphic style*). Riset sebelumnya telah menemukan pengaruh gaya grafis situs terhadap persepsi pelanggan dalam belanja online. Bentuk gaya grafis antara lain warna, tata letak, tipe dan ukuran mencetak, jumlah gambar foto dan grafik serta animasi.
5. Pemenuhan atau kehandalan (*fulfillment/reliability*). Dominan dimensi kehandalan dalam kualitas layanan tradisional dikutip dalam faktor penting kualitas layanan *online*. Pemenuhan atau kehandalan, diidentifikasi sebagai perkiraan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas, serta perkiraan kedua yang kuat terhadap niat atau kesetiaan dan pembelian ulang dalam sebuah situs. Dalam konteks *online*, diterjemahkan sebagai penyerahan yang akurat dan tepat waktu, penjelasan produk yang akurat, dan pemenuhan isu-isu lainnya. Zeithaml et.al (2002) mengidentifikasi tujuh dimensi yaitu *efficiency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact*.

Zeithaml et.al (2002) ; Zeithaml, Bitner, Gremler (2006), ketujuh dimensi tersebut didefinisikan sebagai berikut :

1. *Efficiency* adalah kemampuan dan kemudahan pelanggan untuk mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan apa yang ingin dilakukannya, dan meninggalkan situs yang bersangkutan dengan upaya minimal.
2. *Reliability* berkenaan dengan fungsionalitas teknis situs yang bersangkutan khususnya sejauhmana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya. Selain itu jika dikaitkan dengan layanan secara tradisional, maka *reliability* juga berkaitan dengan keinginan karyawan dan manajemen untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan pelanggan.

3. *Fulfillment*, mencakup akurasi janji layanan.
4. *Privacy*, menyangkut jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi pelanggan terjamin keamanannya.
5. *Responsiveness* merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah, memiliki mekanisme untuk menangani permasalahan yang dihadapi, dan menyediakan garansi online.
6. *Compensation* meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman, dan biaya penanganan produk
7. *Contact* mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara online atau melalui telepon dan bukan berkomunikasi dengan mesin.

Parasuaraman et.al (2005, p 6) mengidentifikasi 11 dimensi kualitas layanan online, yaitu :

1. Keandalan (*reliability*): mengoreksi fungsi teknis dari situs dan ke akuratan dari layanan yang di janjikan (memiliki persediaan item, penyerahan terhadap apa yang di pesan, penyerahan seperti yang di janjikan), tagihan dan informasi produk.
2. Ketanggapan (*responsiveness*): respon yang cepat dan kemampuan untuk membantu jika terdapat masalah atau pertanyaan.
3. Akses (*access*): kemampuan untuk menemukan situs secara cepat dan untuk mendapatkan lokasi perusahaan ketika dibutuhkan.
4. Fleksibilitas (*flexibility*): pilihan dalam cara membayar, mengirimkan, membeli, mencari, dan mengembalikan item.
5. Kemudahan navigasi (*ease of navigation*): situs mengandung fungsi yang dapat membantu pelanggan dalam menemukan apa yang dibutuhkan tanpa mengalami kesulitan, yaitu fungsi pencarian yang baik dan memungkinkan pelanggan untuk melakukan manuver secara mudah dan cepat berbalik dan maju melalui halaman-halaman situs.
6. Efisiensi (*efficiency*): Situs mudah digunakan, terstruktur baik dan berisi informasi minimum yang dibutuhkan pelanggan sebagai masukan.

7. Jaminan atau kepercayaan (*responsiveness/trust*): keyakinan dari pelanggan melakukan persetujuan dengan situs dan berdasarkan reputasi dari situs tersebut dan terhadap produk atau jasa yang di jual haruslah jelas dimana informasi yang di presentasikan adalah benar.
8. Keamanan atau privasi (*security/privacy*): tingkat dimana pelanggan percaya bahwa situs tersebut aman dari gangguan dan perlindungan terhadap informasi pribadi.
9. Pengetahuan harga (*price knowledge*): tingkat dimana pelanggan dapat menentukan harga pengiriman, harga total dan harga komparatif selama proses berbelanja.
10. Estetika situs (*site aesthetics*): tampilan dari situs.
11. Kustomisasi atau Personalisasi (*Customization/personalization*): seberapa besar dan dan sebagaimana mudahnya situs dapat dikhususkan secara individual prioritas pelanggan, sejarah dan cara dalam berbelanja.

Dari sejumlah dimensi *e-SERVQUAL* yang dikemukakan oleh Zeithaml et. al (2002) diperbaharui pada penelitian selanjutnya oleh Parasuraman et.al (2005). Pada penelitian ini yang digunakan hanya lima dimensi yang berkaitan dengan kualitas layanan registrasi online UT.

Sehubungan dengan kualitas layanan jasa, persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan dinilai baik atau tidak tergantung kepada tingkat layanan yang diperolehnya sesuai dengan atau melebihi harapannya (Arief , 2007, p. 172). Mengingat besarnya dampak buruk dari pelanggan yang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan, penting bagi pemasar untuk menangani pengalaman yang negatif dengan tepat. Prosedur berikut yang dapat membantu memulihkan itikad baik baik pelanggan, sebagai berikut.

1. Membuka “hotline” gratis 7 hari, 24 jam (lewat telepon, faks, atau email) untuk menerima dan menindaklanjuti keluhan pelanggan.
2. Menghubungi pelanggan yang menyampaikan keluhan secepat mungkin.
3. Menerima tanggung jawab atas kekecewaan pelanggan; jangan menyalahkan pelanggan
4. Mempekerjakan orang layanan yang memiliki empati
5. Menyelesaikan keluhan dengan cepat dan mengusahakan kepuasan pelanggan. (Kotler dan Keller, 2009, p. 143).

Connellan dan Zemke (1993, p. 4) menyatakan bahwa “*the basis of their operation is service quality. Service quality is the only true differentiation in a industry where a company can duplicate new “product” within a week of when a competitor writes the first policy*”. Perusahaan dapat bertahan dan berkelanjutan apabila dapat menerapkan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan jasa yang diberikan pada pelanggan. Tjiptono (2008, p. 76 – 84) menjelaskan ada beberapa strategi lainnya yang dapat dipadukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan, diantaranya :

1. Strategi pemasaran berupa *relationship marketing*, yaitu strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain dijalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus menerus, yang pada akhirnya menimbulkan kesetiaan pelanggan, sehingga terjadi bisnis ulangan (*repeat business*).
2. Strategi *superior customer service*, yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pesaing.
3. Strategi *unconditional guarantees* atau *extraordinary guarentees*. Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi ini dapat diberikan dalam dua bentuk, yaitu :
 - a. Garansi internal, yaitu janji yang dibuat suatu departemen atau divisi kepada pelanggan internalnya, pemrosesan lebih lanjut dan setiap orang dalam perusahaan yang sama yang memanfaatkan hasil/jasa departemen tersebut. Garansi ini dilandaskan pada komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik, tepat waktu, akurat, jujur, dan sungguh-sungguh.
 - b. Garansi eksternal, yaitu jaminan yang dibuat oleh perusahaan kepada para pelanggan eksternalnya, yakni mereka yang membeli dan menggunakan produk atau jasa dari perusahaan. Contoh garansi ini adalah janji untuk mengantarkan produk secara tepat waktu dan garansi bahwa produk berkualitas tinggi. Suatu garansi yang baik harus memenuhi beberapa kriteria diantaranya meliputi :
 - sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami
 - mudah diperoleh dan diterima pelanggan
 - terpercaya
 - berfokus pada pelanggan

4. Strategi penanganan keluhan yang efisien. Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas. Ada empat penanganan keluhan yang penting, yaitu :
- a. Empati terhadap pelanggan yang marah. Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, perusahaan perlu bersikap empati, karena bila tidak maka situasi akan bertambah sulit. Perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut.
 - b. Kecepatan dalam penanganan keluhan. Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi hal yang permanen dan tidak dapat diubah lagi.
 - c. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan. Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang, hasil yang diharapkan tentunya situasi “win-win” dimana pelanggan dan perusahaan sama-sama diuntungkan.
 - d. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan. Adalah sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan maupun keluhannya. Disini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relatif mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluhan kesahnya. Bila perlu dan memungkinkan, perusahaan dapat menyediakan jalur atau saluran telepon khusus (*hotline*) untuk menampung keluhan pelanggan atau memanfaatkan e-mail di jaringan internet

Strategi peningkatan kinerja perusahaan, meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan atau pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan. Menurut Kotler dan Lee (2007, p. 200), setiap hal yang berhubungan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan haruslah dimulai dengan pemahaman mengenai peran kunci yang dimainkan oleh karyawan, khususnya mereka yang berada di lini depan dalam melayani pelanggan. Oleh karena itu perlu untuk memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, dan *public relations* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan (yang penilaiannya berdasarkan pada hasil survei pelanggan) ke dalam sistem penilaian prestasi

karyawan, dan memberikan *empowerment* yang lebih besar kepada para karyawannya dalam melaksanakan tugasnya.

2.4 Hipotesis

Kualitas layanan jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Zeithaml et.al dalam Arif, 2007, p. 118). Berdasarkan konsep tersebut dan asumsi peneliti, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah : Kualitas layanan registrasi online UT masih buruk jika dilihat dari sisi mahasiswa sebagai pelanggan.

2.5 Operasionalisasi Konsep

Dimensi dari kualitas layanan yang digunakan untuk menganalisis kualitas layanan registrasi online UT dilihat dari sisi mahasiswa adalah *efficiency, reliability, responsiveness, ease of navigation*, dan *contact*. Kelima dimensi ini merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam mengembangkan kerangka acuan untuk mengevaluasi kualitas suatu proses atau layanan.

Definisi operasional dari masing-masing dimensi sebagai berikut.

1. *Efficiency* adalah kemampuan dan kemudahan pelanggan untuk mengakses website, mencari informasi yang berkaitan dengan apa yang ingin dilakukannya, dan meninggalkan situs yang bersangkutan dengan upaya minimal.
2. *Reliability* berkenaan dengan kemampuan fungsionalitas teknis situs yang bersangkutan khususnya sejauhmana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya, akurat, dan memuaskan bagi mahasiswa.
3. *Ease of navigation* berhubungan dengan situs yang berfungsi membantu pelanggan dalam menemukan apa yang dibutuhkan tanpa mengalami kesulitan, yaitu fungsi pencarian yang baik dan mengizinkan pelanggan untuk melakukan manuver secara mudah dan cepat berbalik dan maju melalui halaman-halaman situs.
4. *Responsiveness* merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah dan memiliki mekanisme untuk menangani permasalahan yang dihadapi.

5. *Contact* adalah suatu bentuk komunikasi yang diinginkan oleh pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara online atau melalui telepon dan bukan berkomunikasi dengan mesin.

Selanjutnya dimensi-dimensi tersebut dijabarkan ke dalam indikator- indikator yang dapat menjelaskan kualitas layanan registrasi online UT dilihat dari sisi mahasiswa sebagai pelanggan. Indikator yang digunakan untuk menjelaskan setiap dimensi kualitas layanan registrasi online dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut.

Tabel 2.1 Operasionalisasi Dimensi Kualitas Layanan Registrasi Online

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan Registrasi Online	<i>Efficiency</i>	1 Registrasi online dapat diakses dengan mudah 2 Menu sistem yang ada sederhana sehingga memudahkan proses registrasi online 3 Informasi berupa panduan registrasi online mudah untuk dipelajari 4 Informasi yang diberikan mudah dimengerti	Likert
	<i>Reliability</i>	5 Registrasi dengan cara online dapat diandalkan 6 Registrasi online dapat dilakukan dengan cara yang mudah 7 Proses registrasi secara online dapat berjalan dengan cepat 8 Registrasi online dapat dilakukan setiap saat sesuai kalender akademik yang sudah ditentukan 9 Registrasi online meminimalkan tingkat kesalahan registrasi 10 Informasi yang ditampilkan akurat 11 Kebenaran informasi dapat dipercaya	
	<i>Ease of navigation</i>	12 Ide dari bentuk desainnya kreatif 13 Ide dari bentuk desainnya inovatif 14 <i>Lay out website</i> tertata dengan rapi dan teratur 15 Waktu langkah proses registrasi cepat 16 Waktu <i>downloading</i> lembar informasi pembayaran cepat	

	<i>Responsiveness</i>	<p>17 Dengan melakukan registrasi secara online dapat mengurangi tingkat kesalahan dibanding dengan registrasi secara manual</p> <p>18 Konfirmasi layanan registrasi online atas keberhasilan atau kegagalan menjalankan proses registrasi cepat</p> <p>19 Registrasi online membantu mahasiswa melakukan registrasi secara cepat</p> <p>20 Staf UT mampu memberikan informasi tentang cara melakukan registrasi secara online pada mahasiswa dengan jelas</p> <p>21 Staf UT mampu memberikan solusi atas permasalahan sehubungan dengan layanan registrasi online</p>	
	<i>Contact</i>	<p>22 Interaksi dengan website registrasi online jelas dan dimengerti</p> <p>23 Staf UT mudah dihubungi apabila ada kesulitan dalam melakukan proses registrasi secara online</p> <p>24 Staf UT dapat menjelaskan dengan baik cara melakukan registrasi online</p>	

Sumber : Telah diolah kembali oleh penulis dari Zeithaml, Valerie., Parasuraman, A., Malhotra, Arvind. (2002). *Service Quality Delivery Through Web Sites : A Critical Review of Extant Knowledge*. Journal of the Academy of Marketing Science. Volume 30, No. 4, pages 358-371. by Academy of Marketing Science

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Kegiatan

Penelitian ini dilakukan di wilayah UPBJJ-UT Kupang. Responden yang menjadi objek penelitian ini adalah mahasiswa UT program non pendidikan dasar dan pasca sarjana yang melakukan registrasi online periode 2013.1. Penentuan kriteria ini dengan alasan bahwa mahasiswa tersebut bisa dengan jelas memberikan gambaran umum tentang kualitas layanan registrasi online UT.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang kualitas layanan registrasi online dilihat dari sisi mahasiswa UT sebagai pelanggan. Pendekatan penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah lebih menekankan pada pendekatan kuantitatif. Alasan peneliti menggunakan pendekatan ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai gejala dan atau fenomena yang terjadi di UT yang berkaitan dengan kualitas layanan registrasi online yang ditawarkan UT sebagai PTJJ dilihat dari sisi mahasiswa.

3.3 Jenis Data

Pada penelitian ini digunakan 2 jenis data yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, yang merupakan hasil pengisian kuesioner oleh mahasiswa UT didukung dengan hasil wawancara. Sedangkan data sekunder merupakan data jumlah mahasiswa, usia, dan pekerjaan.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah mahasiswa Program Non Pendas dan Pascasarjana yang registrasi pertama dan ulang pada periode 2013.1 dengan jumlah 4404. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan tehnik penarikan sampel non probabilita dimana sampel dipilih tidak menurut hukum – hukum probabilitas. Setiap orang tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Eriyanto, 1999, p. 91). Teknik penarikan sampel adalah dengan teknik *purposive/judgment sampling*. Alasan pemilihan tehnik ini adalah dengan tujuan untuk mendapatkan informasi dari mahasiswa yang sudah melakukan registrasi secara online. Sampel yang diambil dalam penelitian ini

adalah 100 responden tetapi jumlah kuisioner yang kembali hanya 48. Hal ini disebabkan karena yang melakukan registrasi online sebagai alternative pilihan registrasi tidak banyak. Menurut Champion, jumlah minimal responden untuk penelitian adalah sebanyak 30 orang, akan tetapi banyak peneliti yang menetapkan jumlah sampel yaitu minimal 100 orang responden (Malo, 1985 : 54).

3.5 Variabel Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian satu variabel, yaitu mengenai kualitas layanan registrasi online UT dilihat dari sisi mahasiswa sebagai pelanggan. Kualitas layanan registrasi online dijabarkan dalam lima dimensi kualitas layanan antara lain *efficiency*, *reliability*, *responsiveness*, *contact*, dan *ease of navigation*.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang dipakai dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini digunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Setiap pernyataan dalam kuesioner diarahkan agar dapat memperoleh informasi mengenai kualitas layanan registrasi online UT. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dikembangkan dari variabel dan disusun dengan menggunakan skala Likert.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Bungin (2010, p. 94) menyatakan bahwa penentuan tehnik pengumpulan data harus relevan dengan masalah penelitian dan karakteristik sumber data. Data yang ada dikumpulkan dengan beberapa tehnik, yaitu :

- a. Kuisisioner. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan kuisisioner sebagai instrumen penelitian. Kuisisioner merupakan lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku. Dalam pelaksanaan survei, kondisi penelitian tidak dimanipulasi oleh peneliti (Prasetya dan Jannah, 2005, p. 49).
- b. Wawancara. Selain data primer yang diambil dengan menggunakan kuisisioner, wawancara dianggap perlu untuk melengkapi hasil dari kuisisioner. Wawancara adalah suatu proses dinamis dimana antara responden dan pewawancara saling berinteraksi dan saling berpengaruh (Eriyanto, 1999, p. 91).

- c. Studi Literatur. Studi literatur dilakukan dengan tujuan untuk mencari acuan pada teori-teori yang mendukung dan berkaitan dengan variabel yang akan diteliti. Peneliti juga melakukan penelusuran data melalui internet untuk memperoleh data sekunder yang diperlukan untuk penelitian ini. Dari hasil kuisioner sebagai data primer disertai wawancara sebagai pendukung, diharapkan dapat digunakan untuk menganalisis kualitas layanan registrasi online UT pada mahasiswa di wilayah UPBJJ-UT Kupang.

3.8 Teknik Analisis Data

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui kualitas layanan registrasi online UT, maka data yang diperoleh akan diolah dan dianalisis dengan cara analisis univariat. Karakteristik responden akan dianalisa dengan menggunakan *frequency analysis*. Kemudian untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang disampaikan pada kuisioner digunakan *mean* atau rata-rata jawaban responden yang dapat dimanfaatkan untuk melihat kecenderungan penilaian responden terhadap pernyataan yang diberikan serta didukung oleh frekuensi sebaran jawaban kuisioner digunakan *mean*. Pada analisis ini yang akan dilihat nilai rata-rata dari tiap dimensi yang ada. Hal ini dilakukan untuk memudahkan peneliti mengintrepretasikan jawaban responden. Untuk mengetahui batasan nilai untuk setiap kelas, maka digunakan rumus di bawah ini :

RS = (m-n)/b Dimana : RS = rentang skala

m = nilai tertinggi yang mungkin

n = nilai terendah yang mungkin

b = jumlah kelas

Maka rentang skalanya adalah: $RS = (6 - 1) / 6 = 0.83$

Setelah diketahui besarnya interval, maka dapat ditentukan rentang skala dan kategorisasi nilai rata-rata seperti pada tabel 3.1 sebagai berikut.

Tabel 3.1 Pembagian Kelas Analisis Univariat Mean

Kategori	Batasan
Sangat Rendah	$1,000 < x \leq 1,833$
Rendah	$1,833 < x \leq 2,666$
Agak Rendah	$2,666 < x \leq 3,499$
Agak Tinggi	$3,499 < x \leq 4,332$
Tinggi	$4,332 < x \leq 5,165$
Sangat Tinggi	$5,165 < x \leq 6,000$

Sumber : telah diolah kembali penulis

Nilai rata-rata pada penelitian ini adalah bertujuan untuk mendeskripsikan kualitas layanan registrasi online UT dilihat dari sisi mahasiswa yang diklasifikasikan menurut kelas atau kategori-kategori tertentu sehingga dapat diketahui penyebaran jawaban dan dapat dibuat kesimpulan dari pembahasan deskriptif ini.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Univariat

Kualitas layanan registrasi online UT yang dirasakan oleh mahasiswa digambarkan melalui lima dimensi, yaitu *efficiency*, *reliability*, *responsiveness*, *ease of navigation*, dan *contact* maka dari jawaban responden akan dilakukan berdasarkan nilai rata – rata (*mean*) sehingga dapat diketahui penyebaran jawaban responden dan dari pembahasan yang ada dapat dibuat kesimpulan. Pendapat setuju dan tidak setujunya mahasiswa atas layanan jasa yang dirasakan mahasiswa, berkaitan dengan puas tidaknya mahasiswa terhadap layanan online yang mereka terima.

4.1.1 Dimensi *Efficiency*

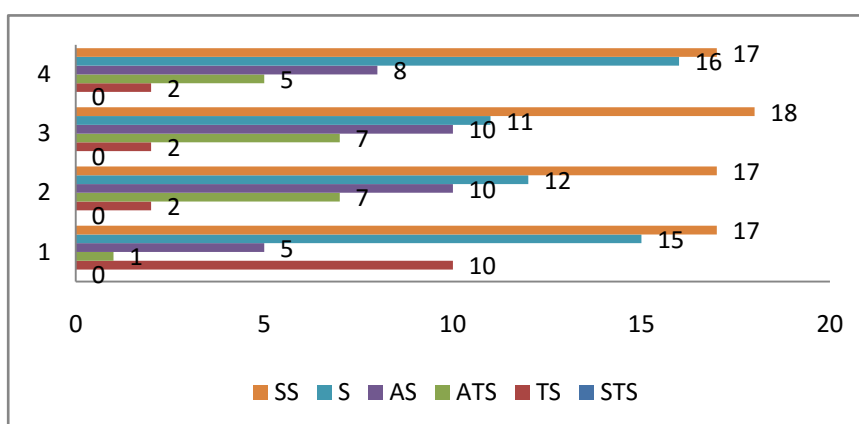
Dimensi *efficiency* berhubungan dengan kemampuan dan kemudahan pelanggan untuk mengakses website, mencari informasi yang berkaitan dengan apa yang ingin dilakukannya, dan meninggalkan situs yang bersangkutan dengan upaya minimal. Penilaian responden terhadap kualitas layanan registrasi online untuk empat butir pernyataan dalam dimensi *efficiency*, dapat dilihat melalui nilai rata-rata (*mean*) pada tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1 Mean Dimensi *Efficiency*

NO	DESKRIPSI	MEAN	KATEGORI
1	Registrasi online dapat diakses dengan mudah	4,58	Tinggi
2	Menu sistem yang ada sederhana sehingga memudahkan proses registrasi online	4,73	Tinggi
3	Informasi berupa panduan registrasi online mudah untuk dipelajari	4,75	Tinggi
4	Informasi yang diberikan mudah dimengerti	4,75	Tinggi
Rata-rata		4,70	Tinggi

Sumber : diolah dari hasil pengumpulan data di lapangan bulan Oktober 2013

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas menggambarkan bahwa penilaian responden atas kualitas layanan registrasi online UT untuk dimensi *efficiency* tergolong dalam kategori tinggi.



Gambar 4.1 Histogram Kepersetujuan Indikator dalam Dimensi *Efficiency*

Sumber : diolah dari hasil pengumpulan data di lapangan bulan Oktober 2013

Informasi berupa panduan bagaimana menggunakan fasilitas registrasi online harus mudah dipahami oleh mahasiswa sehingga dalam melakukan registrasi online tidak mengalami kesulitan. Untuk nilai rata – rata yang paling tinggi pada dimensi ini terdapat pada indikator ketiga dan keempat. Nilai rata-rata ini juga didukung dengan jawaban para responden yang cenderung mengarah pada persetujuan yang paling tinggi dibandingkan indikator lainnya. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.1.

Berdasarkan hasil penelitian, maka informasi berupa panduan registrasi online sudah dianggap bagus oleh responden yang melakukan registrasi online karena mudah untuk dipelajari, sehingga mahasiswa tidak mengalami kesulitan dalam melakukan registrasi online. Hal ini didukung juga dengan peran serta staf UT dalam memberikan penjelasan pada mahasiswa mengenai registrasi online, sehingga mahasiswa tidak mengalami kendala untuk memahami panduan yang ada. Ini terlihat pada kecenderungan jawaban mayoritas responden ke arah persetujuan berada pada garis yang sama untuk kedua indikator ini. Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju meskipun masih ada jawaban responden yang tidak dan kurang setuju dari keempat indikator yang ada pada dimensi ini, ada pada indikator 3.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas layanan online khususnya kemudahan responden untuk mengakses registrasi online UT sudah menunjukkan kualitas yang baik dilihat dari nilai rata-rata yang ada dan kecenderungan mayoritas responden untuk menjawab setuju yang mempunyai nilai yang tidak berbeda jauh. Meskipun demikian hal ini tetap harus menjadi perhatian UT karena tidak semua mahasiswa bisa melakukan akses internet dengan mudah. Hal ini terlihat dari jumlah mahasiswa yang

melakukan registrasi online khususnya non pendidikan dasar yang tidak banyak. Apalagi jika mahasiswa tersebut berada di daerah yang susah signal telekomunikasi. Hal ini berkaitan dengan jawaban responden yang berkaitan dengan indikator pernyataan walaupun masuk pada kategori tinggi, akan tetapi masih mempunyai nilai rata-rata yang rendah. Pernyataan “Registrasi online dapat diakses dengan mudah” mempunyai nilai rata – rata 4,58 dan kecenderungan menjawab dari responden paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 17 orang merupakan indikator yang nilainya paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya pada dimensi ini. Smith (1993), mengatakan bahwa kualitas adalah sesuatu (produk atau layanan) yang sangat baik yang telah memenuhi standar sesuai yang dibutuhkan oleh pelanggan atau pengguna lainnya (Padmo, 2004, p. 505). Apabila layanan yang diberikan sudah memadai dan telah memenuhi standar, tetapi jika tidak ditunjang dengan infrastruktur telekomunikasi di daerah layanan UT khususnya wilayah UPBJJ-UT Kupang merata bagus untuk semua wilayah, tentunya responden tetap akan kesulitan mengakses registrasi online. Selain itu apabila mahasiswa pun tidak mengalami kesulitan mengakses internet, tetapi jika kesulitan masuk pada website UT hal ini tentunya dapat mempengaruhi layanan online yang diberikan UT.

4.2 Dimensi *Reliability*

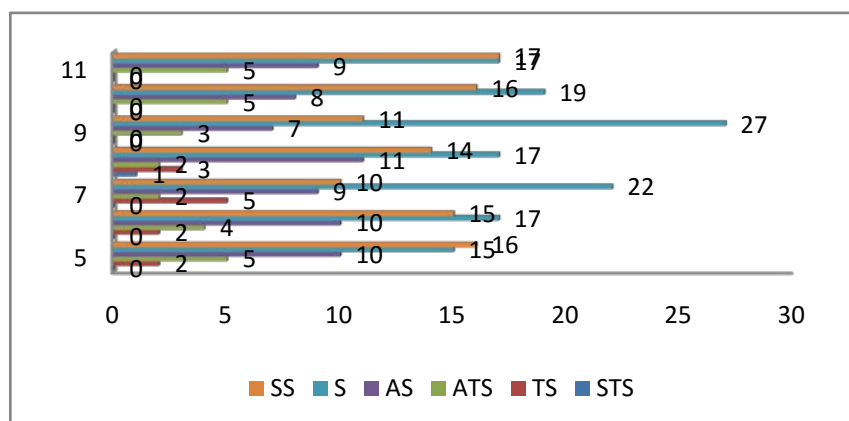
Dimensi *reliability* ini berhubungan dengan kemampuan fungsionalitas teknis situs yang bersangkutan khususnya sejauhmana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya, akurat, dan memuaskan bagi mahasiswa.

Hal ini digambarkan dengan jawaban responden yaitu mahasiswa UT, yang dapat dilihat pada tabel 4.2 dan gambar 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2 Mean Dimensi Reliability

NO	DESKRIPSI	MEAN	KATEGORI
5	Registrasi dengan cara online dapat diandalkan	4,79	Tinggi
6	Registrasi online dapat dilakukan dengan cara yang mudah	4,73	Tinggi
7	Proses registrasi secara online dapat berjalan dengan cepat	4,52	Tinggi
8	Registrasi online dapat dilakukan setiap saat sesuai kalender akademik yang sudah ditentukan	4,71	Tinggi
9	Registrasi online meminimalkan tingkat kesalahan registrasi	4,96	Tinggi
10	Informasi yang ditampilkan akurat	4,96	Tinggi
11	Kebenaran informasi dapat dipercaya	4,96	Tinggi
Rata-rata		4,80	Tinggi

Sumber : diolah dari hasil pengumpulan data di lapangan bulan Oktober 2013



Gambar 4.2 Histogram Kepersetujuan Indikator dalam Dimensi Reliability

Sumber : diolah dari hasil pengumpulan data di lapangan bulan Oktober 2013

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa penilaian responden atas kualitas layanan registrasi online UT untuk dimensi *reliability* tergolong dalam kategori tinggi. 7 indikator berada pada kategori yang tinggi. Hal ini secara tidak langsung menggambarkan bahwa kualitas layanan online khususnya registrasi yang diberikan UT untuk dimensi ini sudah dapat dikatakan baik berdasarkan nilai rata-rata yang ada dan didukung dengan jawaban mayoritas responden yang cenderung mengarah pada arah persetujuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator 9, 10, dan 11 berada pada nilai rata-rata yang sama dan tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya. Indikator 9, 10, dan

11 pada dimensi ini, berhubungan dengan keakuratan dan kebenaran informasi apabila melakukan registrasi online. Dengan nilai rata-rata tinggi dan rata-rata yang sama, menunjukkan bahwa dengan melakukan registrasi online dianggap telah mempunyai kemampuan melakukan proses entri mata kuliah dengan benar dan akurat, meskipun masih ada responden yang menjawab tidak setuju. Indikator yang arah persetujuannya paling tinggi dibanding indikator lain meskipun mempunyai nilai rata-rata yang sama adalah indikator registrasi online meminimalkan tingkat kesalahan registrasi. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap dengan melakukan registrasi online tingkat kesalahan diharapkan dapat dihindari karena mereka langsung melakukan registrasi secara langsung tanpa melalui pihak lain dalam hal ini UPBJJ-UT. Hal ini didukung juga dengan jawaban responden bahwa registrasi online dapat diandalkan meskipun proses untuk akses onlinenya masih lamban khususnya pada saat registrasi online akan berakhir. Tentunya hal ini berkaitan dengan akses mahasiswa dan infrastruktur telekomunikasi wilayah tempat mahasiswa berdomisili. Demikian juga untuk kemudahan mahasiswa dalam melakukan registrasi online. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Kotler dan Keller (2009) yang menyatakan bahwa perusahaan masa kini harus melakukan langkah-langkah mulai dari pesanan, pembayaran sampai pembayaran dengan cepat dan akurat, karena pelanggan menyukai perusahaan yang dapat menjanjikan pengiriman tepat waktu (p. 73).

Indikator yang mempunyai nilai rata – rata paling rendah dibandingkan dengan yang lainnya pada dimensi *reliability* ini adalah indikator 7 “Proses registrasi secara online dapat berjalan dengan cepat” dengan nilai rata-rata 4,52. Dibandingkan dengan ke-24 indikator lainnya yang berada pada dimensi layanan registrasi online pada penelitian ini, indikator ini paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang menjadi responden ada penelitian ini berpendapat bahwa proses atau akses ke website UT khususnya registrasi online UT belum dapat berjalan lancar. Pada umumnya ini terjadi karena jaringan informasi dan telekomunikasi khususnya internet di beberapa daerah di NTT bahkan pada umumnya belum bisa diakses dengan lancar. Meskipun registrasi online sudah dapat diandalkan sebagai alternatif pilihan mahasiswa melakukan registrasi secara langsung dan UT sudah melakukan upaya untuk meningkatkan layanan online khususnya registrasi dengan harapan mahasiswa dapat melakukan registrasi secara cepat dan mudah, akan tetapi keterbatasan infrastruktur dan kemampuan mahasiswa mengakses internet terkadang bisa menjadi kendala di lapangan.

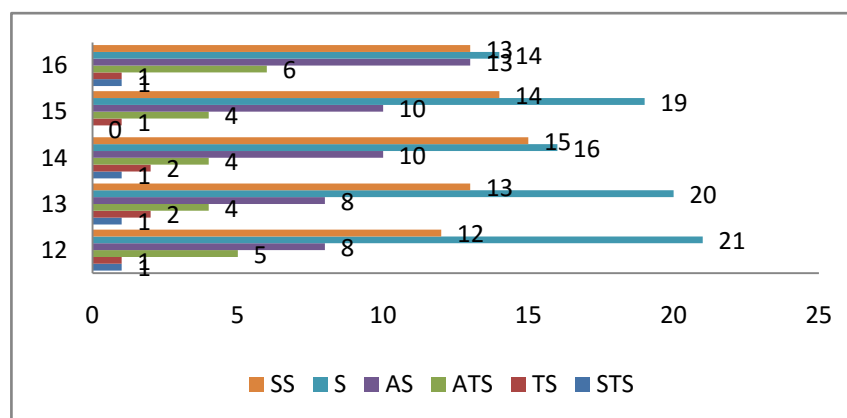
4.3 Dimensi *Ease of Navigation*

Dimensi *ease of navigation* berhubungan dengan situs yang berfungsi membantu pelanggan dalam menemukan apa yang dibutuhkan tanpa mengalami kesulitan, yaitu fungsi pencarian yang baik dan mengijinkan pelanggan untuk melakukan manuver secara mudah dan cepat berbalik dan maju melalui halaman-halaman. Setuju dan tidak setujunya mahasiswa atas layanan registrasi online yang mereka rasakan, berkaitan dengan puas tidaknya mahasiswa terhadap layanan yang mereka terima. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden terhadap delapan butir pernyataan dalam dimensi *ease of navigation* yang ditampilkan pada tabel 4.3 dan gambar 4.3 berikut ini.

Tabel 4.3 Mean Dimensi *Ease of navigation*

NO	DESKRIPSI	MEAN	KATEGORI
12	Ide dari bentuk desainnya kreatif	4,73	Tinggi
13	Ide dari bentuk desainnya inovatif	4,73	Tinggi
14	<i>Lay out website</i> tertata dengan rapi dan teratur	4,73	Tinggi
15	Waktu langkah proses registrasi cepat	4,85	Tinggi
16	Waktu <i>downloading</i> lembar informasi pembayaran cepat	4,60	Tinggi
Rata-rata		4,73	Tinggi

Sumber : diolah dari hasil pengumpulan data di lapangan bulan Oktober 2013



Gambar 4.3 Histogram Kepersetujuan Indikator dalam Dimensi *Ease of navigation*

Sumber : diolah dari hasil pengumpulan data di lapangan bulan Oktober 2013

Dari hasil penelitian menunjukkan dimensi *ease of navigation* yang memiliki nilai rata-rata tertinggi berada pada indikator 15 yaitu berhubungan dengan langkah proses registrasi online yang cepat. Proses yang cepat memudahkan mahasiswa dalam melakukan registrasi. Ini menunjukkan bahwa situs sistem registrasi online (sro) didesain sedemikian rupa sehingga responden tidak kesulitan dengan proses registrasi online karena dianggap mudah dan tidak berbelit-belit. Ini didukung juga dengan 3 indikator 12,13, dan 14 yang mempunyai nilai rata-rata yang sama, yaitu 4,73. Ketiga indikator ini berkaitan dengan desain registrasi online yang dianggap kreatif, inovatif, dan *lay outnya* tertata rapi serta teratur sehingga menunjang langkah proses melakukan registasi online oleh responden. Secara tidak langsung sudah menggambarkan sro yang ditawarkan UT bagi mahasiswa yang menjadi responden langkah kerjanya tidak menyulitkan bagi mereka. Hal ini juga berkaitan dengan dimensi *reliability* yang berhubungan dengan registrasi online dapat dilakukan dengan cara mudah meskipun akses ke website sro UT prosesnya berjalan kurang cepat.

Berdasarkan tabel 4.3, indikator yang mempunyai nilai rata-rata terendah berada pada indikator 16, dimana indikator ini berhubungan dengan kecepatan waktu *downloading* lembar informasi pembayaran dengan nilai rata-rata 4,60. Meskipun langkah yang dilakukan cepat dan didukung dengan *lay out* yang memudahkan bagi peminat dalam melakukan registrasi online, responden masih merasa kesulitan dengan *mendownload* lembar informasi pembayaran berupa file pdf karena dianggap masih lambat. Tentunya ini tergantung dengan kecepatan akses internet masing-masing responden. Karena tidak semua responden merasa kesulitan dan atau lambat. Ini terlihat dari jawaban responden yang lebih banyak cenderung mengarah ke persetujuan dibandingkan dengan yang tidak setuju. Didukung dengan hasil wawancara dengan beberapa responden, desain dan *lay out* yang ditampilkan sro memudahkan mereka dalam mengakses dan melakukan manuver-manuver untuk langkah-langkah selanjutnya. Akan tetapi yang menjadi kesulitan adalah setelah mereka mengakses untuk memilih mata kuliah yang akan diregistrasi dan masuk pada langkah berikutnya, ada yang berhasil, tapi ada yang tertulis *data base error*. Hal ini membuat mereka merasa agak kurang puas, karena harus mengulang lagi langkah untuk melakukan registrasi online. Zeithaml et.al. (2002) menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan *website* sering diartikan sebagai kegunaan (*usability*) dalam konteks *online*. Fungsi pencarian, kecepatan *download*, keseluruhan desain, dan pengorganisasian

merupakan elemen kunci yang mempengaruhi *usability*. Karena itu harus menjadi perhatian UT untuk selalu melakukan perbaikan dengan layanan online yang ditawarkan pada mahasiswa.

4.4 Dimensi *Responsiveness*

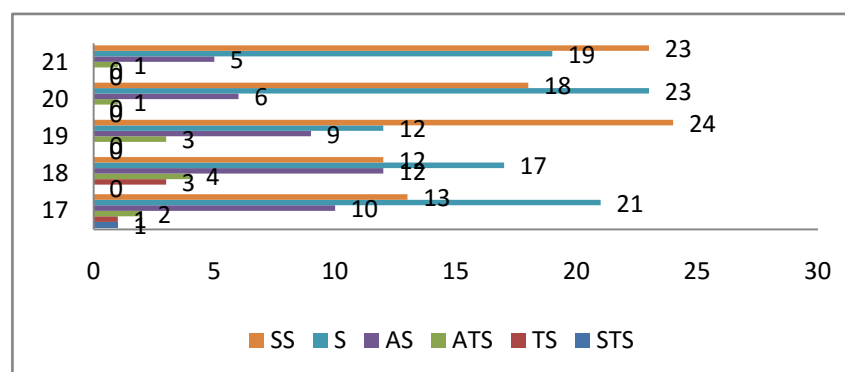
Dimensi *responsiveness* merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah dan memiliki mekanisme untuk menangani permasalahan yang dihadapi.

Penilaian responden terhadap kualitas layanan online untuk lima butir pernyataan dalam dimensi *responsiveness*, dapat dilihat melalui nilai rata-rata pada tabel 4.4 dan jawaban kepersetujuan responden pada gambar 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4 Mean Dimensi *Responsiveness*

NO	DESKRIPSI	MEAN	KATEGORI
17	Dengan melakukan registrasi secara online dapat mengurangi tingkat kesalahan dibanding dengan registrasi secara manual	4,83	Tinggi
18	Konfirmasi layanan registrasi online atas keberhasilan atau kegagalan menjalankan proses registrasi cepat	4,65	Tinggi
19	Registrasi online membantu mahasiswa melakukan registrasi secara cepat	5,19	Sangat Tinggi
20	Staf UT mampu memberikan informasi tentang cara melakukan registrasi secara online pada mahasiswa dengan jelas	5,21	Sangat Tinggi
21	Staf UT mampu memberikan solusi atas permasalahan sehubungan dengan layanan registrasi online	5,33	Sangat Tinggi
Rata-rata		5,04	Sangat Tinggi

Sumber : diolah dari hasil pengumpulan data di lapangan bulan Oktober 2013



Gambar 4.4 Histogram Kepersetujuan Indikator dalam Dimensi *Responsiveness*

Sumber : diolah dari hasil pengumpulan data di lapangan bulan Oktober 2013

UT sebagai PTJJ mempunyai sistem yang berbeda dengan perguruan tinggi tatap muka. Dengan sistem yang berbeda dengan perguruan tinggi tatap muka, tentunya calon mahasiswa dan mahasiswa sebagai pelanggan membutuhkan informasi yang jelas mengenai hal-hal yang berkenaan dengan sistem yang berlaku di UT. Salah satunya adalah informasi mengenai proses registrasi mata kuliah baik secara manual dengan berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan pihak UPBJJ-UT, maupun secara online dan solusi apabila mereka mengalami kesulitan pada saat mengakses website sro.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 3 dari 5 indikator pada dimensi *responsiveness* masuk pada kategori sangat tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa kualitas layanan registrasi online yang berhubungan dengan indikator pada dimensi *responsiveness* sudah dipersepsikan baik oleh responden. Dari 5 indikator yang ada, 2 indikator yang mempunyai rerata yang sangat tinggi berkaitan dengan kemampuan staf dalam memberikan informasi dan solusi mengenai registrasi online. Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990, p. 21) salah satu dimensi yang digunakan untuk melihat dan mengevaluasi kesenjangan yang dirasakan oleh konsumen akan kualitas jasa yang diberikan perusahaan adalah kemampuan dalam memberikan informasi dengan bahasa yang dipahami oleh pelanggan. Dengan demikian, pegawai UPBJJ-UT sudah cukup dinilai mampu dalam memberikan informasi mengenai registrasi mata kuliah secara online sehingga keterangan yang diberikan kemudahan terhadap mahasiswa.

Indikator tertinggi yang pada dimensi ini berkenaan dengan kemampuan staf dalam memberikan solusi atas permasalahan sehubungan dengan layanan registrasi online dengan rerata 5,33. Hal ini terlihat dari jawaban responden yang mengarah ke persetujuan paling banyak dibanding indikator lain pada dimensi ini. Ini menunjukkan bahwa, responden puas dengan layanan berupa solusi yang diberikan staf UT berkenaan dengan kesulitan mereka pada saat mengakses dan atau pada saat akan masuk pada langkah-langkah pada sro. Solusi yang diberikan berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden, antara lain karena kesulitan mengakses dan atau pada saat aplikasi sro tidak bisa diakses sama sekali oleh responden, bukan karena jaringan tetapi karena sering bermasalah pada sro nya, jika hal ini terjadi responden akan menghubungi staf dan langsung ditangani secara cepat oleh staf dengan memberikan informasi balik, baik melalui sms maupun email.

Hasil penelitian juga menunjukkan indikator yang masuk pada kategori sangat tinggi pada dimensi *responsiveness* masih berkaitan dengan kemampuan staf yaitu dalam hal memberikan informasi tentang cara melakukan registrasi online pada mahasiswa. Layanan online yang masih dianggap baru oleh sebagian responden, tentulah menuntut staf UT agar mampu memberikan penjelasan tentang cara melakukan registrasi online, selain mereka mencoba sendiri dan membaca panduan informasi yang sudah tertera pada website UT. Sehubungan dengan itu, staf UT secara keseluruhan diharapkan mempunyai pengetahuan yang berhubungan layanan online UT sehingga dapat memberikan informasi apabila mahasiswa mengalami kesulitan pada saat melakukan registrasi online karena belum mendapat atau lambat mendapat konfirmasi berhasil tidaknya melakukan registrasi. Karena mahasiswa UT berada diberbagai tempat, tentunya komunikasi dan informasi pada umumnya dilakukan dengan menggunakan berbagai fasilitas komunikasi baik telepon, sms centre maupun email, maupun layanan secara langsung secara tatap muka dengan melakukan simulasi.

Kondisi mahasiswa UT yang masih belum terbiasa menggunakan ataupun mengakses internet selain karena sudah terbiasa dilayani dan belum terbiasa dengan belajar mandiri yang diterapkan UT sebagai PTJJ tentunya harus menjadi perhatian pihak UT dalam hal ini pihak UPBJJ-UT Kupang. Hal ini berkaitan dengan salah satu karakteristik jasa yang disampaikan oleh Lovelock dan Wirtz (2007), bahwa penyediaan jasa melibatkan penggabungan dan penyampaian *out put* dari perpaduan fasilitas fisik dan tenaga kerja fisik atau mental. Sering pelanggan aktif terlibat dalam membantu menciptakan produk jasa, baik dengan melayani dirinya sendiri atau melalui kerjasama dengan petugas jasa seperti di salon, hotel, sekolah atau rumah sakit. Karena itu, perusahaan jasa harus berupaya mendidik pelanggan agar mereka lebih kompeten. Oleh karena itu penyedia jasa diharapkan mempunyai kualitas teknikal yang berhubungan dengan pengetahuan karyawan pada jasa yang ditawarkannya (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009). Staf UT diharapkan selain mempunyai pengetahuan yang luas mengenai tugas dan tanggung jawabnya, tetapi juga dapat menyampaikan informasi yang dimilikinya dengan baik, jelas, dapat dipercaya, dan sopan pada mahasiswa yang menjadi pelanggan UT, sehingga mahasiswa mudah memahami penjelasan yang diberikan.

Indikator yang mempunyai nilai rata-rata paling rendah adalah indikator 18 yang berhubungan dengan konfirmasi layanan registrasi online atas keberhasilan atau kegagalan

menjalankan proses registrasi cepat dengan nilai rata-rata 4,65. Ini juga terlihat dari jawaban responden ke arah persetujuan paling rendah dibanding dengan yang lainnya. Jika dilihat dari urutan rerata ke-24 indikator pada penelitian ini, indikator 18 berada pada urutan 4 terendah dibanding indikator lainnya. Hal ini berkaitan dengan konfirmasi balik pada fasilitas sro yang digunakan responden dalam melakukan registrasi online. Didukung dengan hasil wawancara, responden mengeluh baik melalui sms maupun telepon ke staf UT, informasi pembayaran apakah lunas atau belum lunas yang seharusnya bisa langsung mereka ketahui melalui fasilitas registrasi online, tidak ter update secara langsung. Tentunya menimbulkan rasa khawatir apakah pembayaran registrasi mereka sudah lunas atau belum. Hal ini tentunya harus menjadi perhatian bagi pihak UT, untuk selalu memperbaiki fasilitas sro sehingga mahasiswa bisa langsung mendapat konfirmasi balik mengenai apakah sudah berhasil melakukan penyimpanan mata kuliah yang dipilih dan atau mengenai informasi pembayaran yang sudah dilakukan.

Kotler dan Keller menyatakan mengingat besarnya dampak buruk dari pelanggan yang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan, penting bagi pemasar untuk menangani pengalaman yang negatif dengan tepat. Salah satu caranya adalah menyelesaikan keluhan dengan cepat dan mengusahakan kepuasan pelanggan (2009, p. 143). Karena kecepatan dalam penanganan keluhan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan maka apabila keluhan tidak segera ditanggapi rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi hal yang permanen dan tidak dapat diubah lagi (Tjiptono, 2008). Untuk meningkatkan kualitas layanan online pada mahasiswa, diperlukan sikap yang mau dan peduli dari staf UPBJJ-UT sebagai ujung tombak yang langsung berhubungan dengan mahasiswa untuk mendengar serta tanggap memberikan solusi terhadap permasalahan akademik dan administrasi yang dihadapi oleh mahasiswa agar tidak menimbulkan kesan yang buruk dan membawa dampak yang negatif terhadap kualitas layanan jasa UT, khususnya yang berhubungan dengan layanan registrasi online.

4.5 Dimensi *Contact*

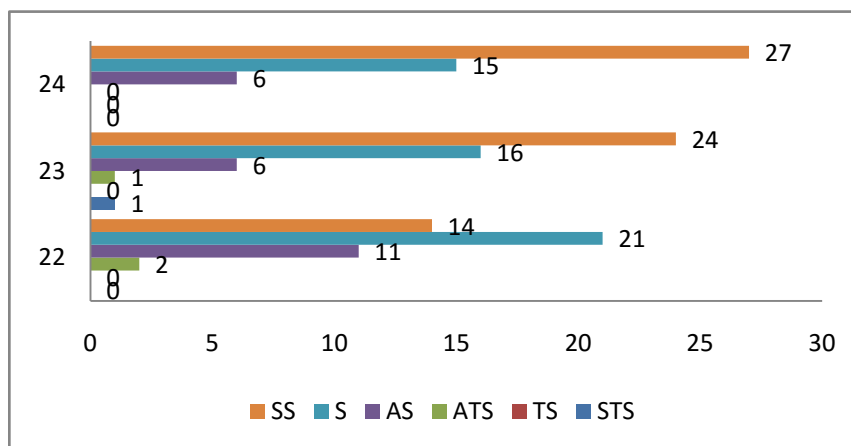
Dimensi *contact* berhubungan dengan suatu bentuk komunikasi yang diinginkan oleh pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara online atau melalui telepon dan bukan berkomunikasi dengan mesin. Setuju dan tidak setujunya mahasiswa atas layanan online yang diberikan oleh UT, berkaitan dengan puas tidaknya

mahasiswa terhadap layanan yang yang mereka terima dan rasakan. Hal ini dapat dilihat dilihat melalui nilai rata-rata pada tabel 4.5 dan jawaban kepersetujuan responden pada gambar 4.5 berikut ini.

Tabel 4.5 Mean Dimensi Contact

NO	DESKRIPSI	MEAN	KATEGORI
22	Interaksi dengan website registrasi online jelas dan dimengerti	4,98	Tinggi
23	Staf UT mudah dihubungi apabila ada kesulitan dalam melakukan proses registrasi secara online	5,25	Sangat Tinggi
24	Staf UT dapat menjelaskan dengan baik cara melakukan registrasi online	5,44	Sangat Tinggi
Rata-rata		5,22	Sangat Tinggi

Sumber : diolah dari hasil pengumpulan data di lapangan bulan Oktober 2013



Gambar 4.5 Histogram Kepersetujuan Indikator dalam Dimensi Responsiveness

Sumber : diolah dari hasil pengumpulan data di lapangan bulan Oktober 2013

Dimensi ini berhubungan erat dengan dimensi *responsiveness*. Jika pelanggan dalam hal ini mahasiswa dapat dengan mudah menghubungi staf UT jika mengalami kesulitan atau membutuhkan informasi mengenai registrasi online, maka informasi dan solusi yang diinginkan mahasiswa pun cepat diperoleh. Akan tetapi walaupun mudah dihubungi tetapi apabila staf UT tidak mampu menjelaskan secara baik dan jelas tentunya akan mempengaruhi persepsi mahasiswa akan layanan yang diberikan UT apakah layanan jasa secara langsung ataupun layanan yang berhubungan permasalahan online yang mereka hadapi.

Berdasarkan hasil penelitian, indikator yang mempunyai rerata tertinggi selain pada dimensi *contact*, tetapi juga indikator secara keseluruhan adalah indikator 24, “Staf UT dapat menjelaskan dengan baik cara melakukan registrasi online” dengan rata-rata 5,44. Hal ini menunjukkan responden pada penelitian ini menganggap staf UT mempunyai kemampuan dalam menjelaskan cara melakukan registrasi online sehingga mereka paham. Ini didukung juga dengan kemudahan menghubungi staf UT pada saat jam kerja, apabila responden mengalami kesulitan dalam melakukan registrasi online. Ini dapat dilihat dengan jawaban responden untuk indikator 23 yang mempunyai rata-rata 5,25 dan masuk pada kategori sangat tinggi. Ini menunjukkan sudah ada kemauan dan kesiapan staf UT untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan cepat dan segera, ditunjukkan dengan jumlah responden yang menjawab sangat setuju lebih banyak dibandingkan dengan tidak setuju. Akan tetapi dengan masih adanya responden yang menjawab tidak setuju, staf UT harus bisa lebih tanggap dan mau untuk dihubungi untuk memberikan informasi pada saat jam kerja. Kemudahan bagi konsumen menghubungi perusahaan adalah sangat penting dimana konsumen dapat menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan maupun keluhannya. Disini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah tetapi relatif mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluh kesahnya. Bila perlu dan memungkinkan, perusahaan dapat menyediakan jalur atau saluran telepon khusus (*hotline*) untuk menampung keluhan pelanggan atau memanfaatkan e-mail di jaringan internet (Tjiptono, 2008; Kotler dan Keller, 2009).

Hal ini juga sejalan dengan yang disampaikan oleh Lovelock dan Wrigth (2007, p. 14) bahwa ada batas waktu berapa lama pelanggan bersedia menunggu, jasa harus disampaikan dengan cepat sehingga pelanggan tidak perlu membuang waktu dalam menerimanya. Pelanggan dewasa ini semakin sensitif terhadap waktu dan kecepatan sering menjadi unsur utama bagi jasa yang baik. Jika mahasiswa sebagai pelanggan merasa kesulitan untuk menghubungi staf UPBJJ-UT, tentunya akan mendatangkan rasa frustrasi dan kecewa bagi mahasiswa sehingga menimbulkan rasa tidak puas. Apalagi dengan kondisi mahasiswa yang tersebar di berbagai pelosok, seringkali menjadi kendala dalam melakukan akses ke website UT untuk melakukan registrasi ataupun mencari informasi lainnya yang berhubungan dengan akademik dan administrasi. Kondisi mahasiswa yang tersebar di berbagai pelosok daerah, menuntut pihak UT untuk menyediakan informasi dan memberikan solusi yang cepat jika mahasiswa mengalami kesulitan dalam melakukan

registrasi mata kuliah. Karena apabila terlambat memperoleh informasi dan solusi bisa mengakibatkan keterlambatan dalam melakukan registrasi.

Oleh sebab itu, perlu adanya kemudahan bagi mahasiswa untuk menghubungi pegawai UT dalam hal ini mahasiswa yang berada di wilayah UPBJJ-UT Kupang, pada saat jam kerja untuk memperoleh informasi yang diperlukannya. Dengan kondisi mahasiswa UT yang berasal dan berada di tempat yang jauh dari kantor UPBJJ-UT Kupang, menuntut perhatian penuh dari pegawai UPBJJ-UT Kupang untuk bisa memahami kebutuhan mahasiswa, kemudahan untuk dihubungi pada saat jam kerja, dan sikap yang tulus untuk mendengarkan setiap keluhan yang disampaikan oleh mahasiswa berhubungan dengan masalah akademik dan administrasi yang mereka hadapi.

Indikator yang mempunyai nilai rata – rata paling rendah pada dimensi ini, meskipun berada pada posisi kategori tinggi adalah indikator 22, yaitu “Interaksi dengan website registrasi online jelas dan dimengerti” dengan nilai rata-rata 4,98. Hasil penelitian menunjukkan bentuk komunikasi yang diinginkan dan lebih dimengerti oleh responden yang adalah mahasiswa adalah dengan staf dan bukan mesin. Oleh karena itu diperlukan sikap yang tanggap oleh staf UT untuk bisa berkomunikasi dengan baik sehubungan dengan layanan registrasi online pada saat jam kerja. Meskipun demikian jelas bahwa responden mengharapkan interaksi mereka dengan website sro bisa lebih komunikatif sama seperti melakukan komunikasi dengan manusia atau staf UT.

Berdasarkan data dan analisis nilai rata – rata pada masing – masing dimensi kualitas layanan registrasi online yang dirasakan oleh mahasiswa, maka secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 5.6, bahwa kualitas layanan online yang dirasakan oleh mahasiswa berada kategori tinggi, yaitu sebesar 4,90.

Tabel 4.6 Mean Kualitas Layanan Registrasi Online yang dirasakan oleh Mahasiswa

No	Dimensi Kualitas Layanan Jasa	Mean
1	<i>Efficiency</i>	4,70
2	<i>Reliability</i>	4,80
3	<i>Ease of navigation</i>	4,73
4	<i>Responsiveness</i>	5,04
5	<i>Contact</i>	5,22
Rata – rata		4,90

Sumber : diolah dari hasil pengumpulan data di lapangan bulan Oktober 2013

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas yang berada kategori tinggi adalah *efficiency*, *reliability* dan *ease of navigation* sedangkan yang masuk kategori sangat tinggi adalah *responsiveness*, dan *contact*. Dimensi kualitas yang mempunyai nilai rata – rata paling rendah adalah dimensi *efficiency*, sedangkan yang mempunyai nilai rata – rata paling tinggi adalah dimensi *contact*. Hal ini memberikan gambaran bahwa staf UT sudah dianggap mampu memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan bagi mahasiswa sehubungan dengan layanan registrasi online yang diberikan oleh UT. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat dibuat implikasi manajerial dengan tujuan untuk perbaikan kualitas layanan registrasi online oleh pihak UT sebagai berikut.

Tabel 4.7 Implikasi Manajerial

DIMENSI	INDIKATOR DIMENSI KUALITAS LAYANAN		USULAN TINDAKAN
1	1	Registrasi online dapat diakses dengan mudah	Informasi registrasi online meskipun sudah dianggap mudah untuk dipahami, tetapi cara melakukan registrasi online, tidak saja diminta mahasiswa untuk membaca panduan tetapi juga dapat disampaikan pada calon dan mahasiswa pada saat sosialisasi dan Orientasi Studi Mahasiswa Baru karena tidak semua paham akan layanan online yang diberikan UT.
	2	Menu sistem yang ada sederhana sehingga memudahkan proses registrasi online	
	3	Informasi berupa panduan registrasi online mudah untuk dipelajari	
	4	Informasi yang diberikan mudah dimengerti	
2	5	Registrasi dengan cara online dapat diandalkan	Pihak UT diharapkan dapat terus memberikan informasi mengenai registrasi online, sehingga dapat menjadi alternatif bagi mahasiswa non pendidikan dasar melakukan registrasi mata kuliah.
	6	Registrasi online dapat dilakukan dengan cara yang mudah	
	7	Proses registrasi secara online dapat berjalan dengan cepat	
	8	Registrasi online dapat dilakukan setiap saat sesuai kalender akademik yang sudah ditentukan	
	9	Registrasi online meminimalkan tingkat kesalahan registrasi	
	10	Informasi yang ditampilkan akurat	
11	Kebenaran informasi dapat dipercaya		
3	12	Ide dari bentuk desainnya kreatif	Desain yang kreatif dan inovatif serta <i>lay out</i> akan bermakna dan lebih memberikan layanan online yang optimal apabila ditunjang dengan langkah proses registrasi yang sederhana serta waktu download yang cepat. Oleh karena itu pihak UT diharapkan tetap konsisten dalam memberikan layanan registrasi online bagi mahasiswa
	13	Ide dari bentuk desainnya inovatif	
	14	Lay out website tertata dengan rapi dan teratur	
	15	Waktu langkah proses registrasi cepat	
	16	Waktu downloading lembar informasi pembayaran cepat	

DIMENSI	INDIKATOR DIMENSI KUALITAS LAYANAN		USULAN TINDAKAN
4	17	Dengan melakukan registrasi secara online dapat mengurangi tingkat kesalahan dibanding dengan registrasi secara manual	Walaupun indikator yang berada pada dimensi ini sudah dianggap memuaskan ditunjukkan dengan jawaban responden dan nilai rerata tetap pihak UT diharapkan dapat terus melakukan perbaikan aplikasi sehingga konfirmasi balik mengenai pembayaran cepat diketahui dan tingkat keakuratannya dapat lebih dipercaya.
	18	Konfirmasi layanan registrasi online atas keberhasilan atau kegagalan menjalankan proses registrasi cepat	
	19	Registrasi online membantu mahasiswa melakukan registrasi secara cepat	
	20	Staf UT mampu memberikan informasi tentang cara melakukan registrasi secara online pada mahasiswa dengan jelas	Staf UT diharapkan dapat terus meningkatkan layanan yang berhubungan dengan informasi dan memberikan solusi sehubungan dengan layanan online yang diberikan. Selain itu, diharapkan dalam memberikan informasi online, bukan saja staf tertentu tetapi diharapkan setiap staf UT mempunyai kemampuan untuk menjelaskan cara melakukan registrasi online.
	21	Staf UT mampu memberikan solusi atas permasalahan sehubungan dengan layanan registrasi online	
5	22	Interaksi dengan website registrasi online jelas dan dimengerti	Bahasa yang digunakan pada fasilitas website sro lebih komunikatif dan cepat dalam memberikan informasi online
	23	Staf UT mudah dihubungi apabila ada kesulitan dalam melakukan proses registrasi secara online	Meskipun indikator ini sudah dianggap memuaskan bagi responden dilihat jumlah rerata dan jawaban yang mengarah ke persetujuan, Pegawai UPBJJ-UT diharapkan dapat tetap lebih terbuka dan memanfaatkan sebaik-baiknya fasilitas informasi dan komunikasi yang dimiliki untuk meningkatkan kemudahan mahasiswa memperoleh informasi
	24	Staf UT dapat menjelaskan dengan baik cara melakukan registrasi online	

Sumber : hasil olahan penulis

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini digunakan untuk melihat bagaimana kualitas layanan registrasi online dilihat dari sisi mahasiswa sebagai pelanggan dengan menggunakan atribut-atribut yang melekat pada lima dimensi kualitas layanan online, antara lain *efficiency*, *reliability*, *responsiveness*, *contact*, dan *ease of navigation*. . Berdasarkan hasil penelitian, maka simpulan dan saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

5.1 Simpulan

1. Berdasarkan hasil analisis univariat, nilai rata – rata kualitas layanan registrasi online UT masuk pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan layanan registrasi online UT sudah dipersepsikan baik oleh mahasiswa.
2. Dimensi kualitas layanan registrasi online UT yang paling kuat adalah dimensi *contact*. Hal ini didukung dengan hasil analisis univariat yang menunjukkan dimensi ini masuk pada kategori sangat tinggi dengan memiliki rerata yang tertinggi dibanding dengan keempat dimensi lainnya yaitu, dimensi *efficiency*, *reliability*, *responsiveness*, dan *ease of navigation*

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Saran Akademik : Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya khususnya yang mengangkat tema layanan online. Keterbatasan penelitian ini hanya mencakup lima dimensi dan lingkungan wilayah penelitian hanya di UPBJJ-UT Kupang. Untuk selanjutnya dapat dilakukan penelitian berkelanjutan dengan dimensi yang lebih banyak berkaitan dengan layanan elektronik UT.
2. Saran Praktis : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak UT dalam memberikan layanan registrasi online yang lebih akurat dan cepat sehingga dapat menjadi alternatif pilihan registrasi bagi bukan hanya bagi mahasiswa pasca sarjana tetapi juga mahasiswa strata satu non pendidikan dasar. Tentunya hal ini perlu

diimbangi dengan kemampuan staf dalam memberikan informasi dan cara melakukan registrasi online bagi mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, H. (2009). *Pemasaran Jasa Pendidikan yang Fokus pada Mutu*. Dalam H. Buchari. Alma dan Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan. Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Arief. (2007). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayumedia Publishing.
- Bungin, Burhan. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Connellan, K, Thomas., Zemke, Ron . (1993). *Sustaining Knock Your Socks Off Service*. AMACOM.
- Eriyanto. (1999). *Metodologi Poling Memberdayakan Suara Rakyat*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Fandi Tjiptono. (2008). Strategi Menciptakan Kepuasan Pelanggan. dalam *Managing Quality Customer Service. Pelayanan yang Berkualitas*. Editor Prof. Dr. James J. Spillane, S.J. Penerbit Universitas Sanata Dharma.
- Kerlinger, Fred, N. (2006). *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Edisi Tiga. (Drs. Landung R. Simatupang, Penerjemah). Gajah Mada University Press
- Kotler, Philip. (2003), *Manajemen Pemasaran*. 11 ed. Jakarta, Indeks
- Kotler, Philip., Lee, Nancy. (2007). *Pemasaran di Sektor Publik*. PT. Indeks.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin. Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. (Bob Sabran, MM, Penerjemah). Penerbit Erlangga.
- Katalog Universitas Terbuka. (2013). Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Universitas Terbuka.
- Lovelock, Christopher., Wirtz, Jochen. (2007). *Services Marketing. People, Technology, Strategy*. Sixth Edition. Pearson International Edition. Prentice Hall.
- Malo, Manasse. (1985). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Karunika Universitas Terbuka.
- Padmo, Dewi. (2004). *Sistem Jaminan Kualitas pada Sistem Pendidikan Tinggi Jarak Jauh*. Dalam Asandhimitra, dkk (Ed). *Pendidikan Tinggi Jarak Jauh*. (pp. 503 - 535). Pusat Penerbitan : Universitas Terbuka
- Prasetyo, Bambang., Lina Miftahul Jannah. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif. Teori dan Aplikasi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Parasuraman., Zeithaml., Malhotra., (2005). E-S-QUALA Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality *Journal of Service Research*, Volume 7, No. X, Month 2005 1-21 DOI: 10.1177/1094670504271156 © 2005 Sage Publications
- Sallis, Edward. (2010). *Total Quality Management in Education*. Manajemen Mutu Pendidikan. (Dr. Ahmad Ali Riyadi & Fahrurrozi, M.Ag. Alih Bahasa).. IRCiSoD. Jogjakarta.
- Sumarwan, Ujang, dkk. (2011). *Pemasaran Strategik. Perspektif Value Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. Bogor. IPB Press.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Service Management. Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Penerbit Andi.

Universitas Terbuka. (2010). Sistem Belajar Jarak Jauh.

Universitas Terbuka. (2010). Borang Institusi UPBJJ-UT Kupang.

Zeithaml, Valarie., Parasuraman, A., Berry, L. Leonard. (1990). *Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press.

Zeithaml, Valarie., Bitner, Jo, Mary., Gremler, D, Dwayne. (2006). *Service Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm*. 4th Edition. McGraw-Hill International Edition.

Zeithaml, Valerie., Parasuraman, A., Malhotra, Arvind. (2002). *Service Quality Delivery Through Web Sites : A Critical Review of Extant Knowledge*. Journal of the Academy of Marketing Science. Volume 30, No. 4, pages 358-371. by Academy of Marketing Science

Li, Hongxiu., Suomi, Reima., (2009). *A Proposed Scale for Measuring E-service Quality* *International Journal of u- and e-Service, Science and Technology*. Vol. 2, No. 1, 2009, http://www.sersc.org/journals/IJUNESST/vol2_no1/1.pdf

Thomas K Connellan dan Ron Zemke. (1993). *Sustaining Knock Your Socks Off Service*. AMACOM

<http://blog.binadarma.ac.id/usman/2011/02/27/pengertian-online.html>

Lampiran Kuisisioner :

I. Identitas Responden :

1. Nama :
2. NIM :
3. Program Studi :
4. Semester :
5. Kota/Kabupaten :

II. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Beri tanda *check list* (√) atau tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu mulai dari (1) sangat tidak setuju sampai dengan (6) sangat setuju.

No	Deskripsi	Skala					
		1	—————→				6
1	Registrasi online dapat diakses dengan mudah						
2	Menu sistem yang ada sederhana sehingga memudahkan proses registrasi online						
3	Informasi berupa panduan registrasi online mudah untuk dipelajari						
4	Informasi yang diberikan mudah dimengerti						
5	Registrasi dengan cara online dapat diandalkan						
6	Registrasi online dapat dilakukan dengan cara yang mudah						
7	Proses registrasi secara online dapat berjalan dengan cepat						
8	Registrasi online dapat dilakukan setiap saat sesuai kalender akademik yang sudah ditentukan						
9	Registrasi online meminimalkan tingkat kesalahan registrasi						
10	Informasi yang ditampilkan akurat						
11	Kebenaran informasi dapat dipercaya						

12	Ide dari bentuk desainnya kreatif						
13	Ide dari bentuk desainnya inovatif						
14	<i>Lay out website</i> tertata dengan rapi dan teratur						
15	Waktu langkah proses registrasi cepat						
16	Waktu <i>downloading</i> lembar informasi pembayaran cepat						
17	Dengan melakukan registrasi secara online dapat mengurangi tingkat kesalahan dibanding dengan registrasi secara manual						
18	Konfirmasi layanan registrasi online atas keberhasilan atau kegagalan menjalankan proses registrasi cepat						
19	Registrasi online membantu mahasiswa melakukan registrasi secara cepat						
20	Staf UT mampu memberikan informasi tentang cara melakukan registrasi secara online pada mahasiswa dengan jelas						
21	Staf UT mampu memberikan solusi atas permasalahan sehubungan dengan layanan registrasi online						
22	Interaksi dengan website registrasi online jelas dan dimengerti						
23	Staf UT mudah dihubungi apabila ada kesulitan dalam melakukan proses registrasi secara online						
24	Staf UT dapat menjelaskan dengan baik cara melakukan registrasi online						

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI

Nama : Noveni Marlina Malle, S.Sos, M.A.
NIP : 19781107 200212 2 001
Tempat, tanggal lahir : Kupang, 7 November 1978
Pendidikan : S2 Ilmu Administrasi Kekhususan Administrasi Bisnis UI
Pangkat/Golongan Ruang : Penata Muda Tk. I, IIIa
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Unit Kerja : Dosen FISIP-UT dpk UPBJJ-UT Kupang
Mata Kuliah Tutor : Auditing 1A

Pelatihan dan seminar yang pernah diikuti:

1. Pelatihan tutorial *on line* untuk tutor UPBJJ-UT (Februari 2008)
2. Pelatihan "*Quality management based on ISO 9001 : 2000 Standard*" (November 2008);
3. Pelatihan tutor dalam rangka pembentukan tim inti pelatih tutor TTM UT (Juli 2010);
4. Pelatihan Auditor Internal (Maret 2013)

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Kupang, 16 Februari 2013

Yang membuat,



Noveni M. Malle, S.Sos

NIP 19781107 2002 12 2 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI

Nama : Bulkis, S.Tp
NIP : 19840423 200812 2 002
Tempat, tanggal lahir : Mandar, 23 April 1984
Pendidikan : S2
Pangkat/Golongan Ruang : Penata Muda Tk. I, IIIa
Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar
Unit Kerja : Dosen FMIPA-UT dpt UPBJJ-UT Kupang
Mata Kuliah Tutor : -

Pelatihan dan seminar yang pernah diikuti:

1. Pelatihan tutorial *on line* untuk tutor UPBJJ-UT (Februari 2008)
2. Pelatihan "*Quality management based on ISO 9001 : 2000 Standard*" (November 2008);

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Kupang, 16 Februari 2013

Yang membuat,

Bulkis, S.Tp

NIP 19840423 200812 2 002