

LAPORAN SURVEY KEPUASAN PERCETAKAN

UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

	IKM	
Nilai Interval Konversi	Score	Mutu Layanan
81,2416	3,2497	BAIK/PUAS

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan izin Allah SWT., Survey Indeks Kepuasan Pengguna terhadap Layanan UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh sudah berhasil dilaksanakan dengan baik. Survey ini dilakukan secara online <https://bit.ly/SurveyKepuasanPercetakan> dari tanggal 23 Januari sampai dengan 28 Februari 2023. Tujuan dari survey adalah untuk mengukur tingkat kepuasan Pengguna terhadap kualitas layanan UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berdasarkan persepsi, pengetahuan, perasaan, pengamatan, dan pengalaman pengguna.

Responden adalah Pengguna UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh baik telah dan sedang menggunakan jasa UPT Percetakan. Populasi survey tidak diketahui pasti jumlahnya. Artinya secara pasti tidak diketahui besaran jumlah populasi karena itu teknik pengambilan sampel menggabungkan dua jenis, yaitu *purposive sampling* dan *Snowball sampling*. Responden relative sukar ditelesuri karena pengguna UPT Percetakan dari berbagai unsur masyarakat yang setelah menggunakan jasa UPT Percetakan sebahagian besar terputus koneksitasnya. Dari 37 hari angket diedarkan hanya terjaring 57 responden. Jumlah ini relative kecil namun cukup signifikan bagi UPT Percetakan karena yang isi bukan responden berulang-ulang gunakan jasa UPT Percetakan. Artinya secara entitas kecil jumlah respondennya namun jika dihitung agregatonya tentu lebih banyak.

Lembaga Penjaminan Mutu (LPM) berterima kasih kepada responden yang sudah ambil bagian dalam survey ini. Apresiasi dan terima kasih kepada Bapak Khatib A. Latief, Kepala Pusat Pengembangan Standar Mutu LPM yang mengkoordinir pelaksanaan survey ini. Penghormatan dan apresiasi tinggi kami Kepada Pimpinan UIN Ar-Raniry dan Kepala UPT Percetakan serta stafnya yang dengan serius membantu mengedarkan link survey ke pengguna. Akhirnya kami aturkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat membantu kesuksesan survey ini.

Banda Aceh, 10 April 2023

Ketua LPM,



Abdul Jalil Salam

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
BAB I : <u>P</u> ENDAHULUAN	1
1. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
2. MAKSUD DAN TUJUAN	2
3. RESPONDEN DAN SASARAN	2
4. METODE SURVEY	2
a. Rancangan Suvey	2
b. Waktu dan Tempat.....	2
c. Populasi dan Sampel.....	2
d. Teknis Pelaksanaan	3
e. Validitas dan Reliabilitas.....	3
BAB II : <u>A</u> NALISIS DATA SURVEY	5
1. PROFIL RESPONDEN.....	5
2. HASIL PENGOLAHAN DATA.....	8
BAB III : <u>K</u> ESIMPULAN DAN REKOMENDASI	12
1. KESIMPULAN.....	12
2. REKOMENDASI.....	12
DAFTAR PUSTAKA.....	13

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jenis Kelamin	5
Tabel 2 Usia Konsumen	6
Tabel 3 Pendidikan Konsumen	6
Tabel 4 Pekerjaan Konsumen.....	7
Tabel 5 Pengolahan IKM UPT Percetakan	9
Tabel 6 Skala Persepsi, Nilai Interval IKM, Nilai Interval Konversi, Mutu Layanan dan Kinerja Pelayanan	10
Tabel 7 Kemampuan Petugas Dalam Menyelesaikan Masalah.....	10
Tabel 8 Besaran Biaya Yang Ditentukan Percetakan	11
Tabel 9 Hasil Product Layanan Percetakan	11

BAB I

PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG MASALAH

UPT Percetakan UIN Ar-Raniry merupakan salah satu unit bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Keberadaannya sudah lama. Dalam perkembangannya memang tidak semulus yang diharapkan atas berbagai factor. Salah satu factor adalah persaingan bisnis percetakan yang sangat ketat. Berdasarkan data yang diperoleh dari spectrumdubai.com menyebutkan bahwa terdapat 3 faktor yang dipertimbangkan oleh calon konsumen ketika memutuskan untuk menggunakan jasa percetakan, yakni biaya cetak, kualitas hasil cetakan, dan waktu pengerjaan.¹

Dari tiga factor tersebut, UPT Percetakan UIN Ar-Raniry menghadapi kesulitan pada aspek biaya. Biaya masih tinggi karena frekuensi pekerjaan yang masih rendah. Saat ini memang bisnis percetakan sangatlah berpeluang untuk dikembangkan dikarenakan adanya beberapa aspek yang saat ini dibutuhkan oleh masyarakat yang berkaitan dengan percetakan. Beberapa peluang yang sering dibutuhkan oleh masyarakat yaitu percetakan undangan pernikahan atau khitanan, formulir di kantor yang khusus, buku ujian masuk perguruan tinggi, amplop, softmap, dan kalender kantor, poster dan brosur kegiatan, sablon, percetakan di mug, pemilu dan pilkada. Akan tetapi karena unit ini belum banyak dikenal orang sehingga masih diperlukan kerja keras menggapai order.

Untuk melihat bagaimana persepsi pengguna atau konsumen UPT Percetakan, maka dilakukan survey kepuasan. Survey ini adalah salah satu bahagian dari melihat implementasi SPMI dari aspek kepuasan konsumen terhadap layanan UPT Percetakan.

Di dalam survey ini diterminasi kualitas layanan, LPM rujuk pada teori yang dikembangkan oleh Valarie A. Zeithaml di dalam bukunya *Delivering Quality Service*². Zeilthaml bersama dengan A. Parasuraman, dan Leonard Berry menjelaskan kualitas layanan dapat diukur dari (1) *Tangibles - appearance of physical facilities, equipment, personnel, and communication materials* (2) *Reliability - ability to perform the promised service dependably and accurately* (3) *Responsiveness - willingness to help customers and provide prompt service* (4) *Assurance - knowledge and courtesy of employees*

¹<https://binus.ac.id/bandung/2019/12/perkembangan-bisnis-percetakan-dan-konveksi/>, akses 15 Maret 2023

²<http://www.serviceperformance.com/the-5-service-dimensions-all-customers-care-about/>, accessed 5 September 2017.

and their ability to convey trust and confidence (5) empathy – caring, individualized attention the firm provides its customers.

2. MAKSUD DAN TUJUAN

Survey kepuasan Pengguna atau konsumen ini bermaksud dan bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan Pengguna Terhadap Kualitas Layanan UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berdasarkan persepsi, pengamatan, pengalaman, dan pengetahuannya.

3. RESPONDEN DAN SASARAN

Responden survey ini adalah pengguna UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah dan sedang menggunakan jasa UPT Percetakan. Sasaran survey adalah kualitas pelayanan UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. METODE SURVEY

a. Rancangan Suvey

Survey ini merupakan teknik pengumpulan data dan informasi melalui pengisian angket secara online <https://bit.ly/SurveyKepuasanPercetakan> oleh Pengguna UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Jenis angket yang dipersiapkan adalah angket tertutup.

Angket diklasifikasi ke dalam lima aspek besar, yaitu aspek *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empaty* dengan total 18 pertanyaan. Setiap pertanyaan di skalakan jawaban dengan 4 pilihan di mana 4 dinominalkan Sangat Puas, 3 adalah Puas, 2 adalah Tidak Puas, dan 1 adalah Sangat Tidak Puas.

b. Waktu dan Tempat

Survey dilakukan di secara online dari tanggal 23 Januari sampai dengan 28 Februari 2023.

c. Populasi dan Sampel

Populasi survey adalah Pengguna UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang bersedia isi survey. Jumlah total pupolasi tidak diketahui pasti karena itu teknik pengambilan sampel digabung yaitu *Snowball*

Sampling dan *Purposive Sampling*. *Snowball Sampling* dimaksudkan supaya pengambilan sample dapat berkembang dan meluas karena responden yang satu dapat meneruskan link angket ke responden lain sehingga jumlah responden semakin meningkat jumlahnya. Sementara *Purposive Sampling* adalah penyebaran sample yang berantai dari *snowball* tadi hanya ditujukan kepada responden yang memenuhi syarat, yaitu responden yang pernah menggunakan UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

d. Teknis Pelaksanaan

Survey dikembangkan dan koordinir oleh Pusat Pengembangan Standar Mutu LPM dengan pendekatan:

- a. mengirim alamat angket online yang harus diisi oleh Pengguna UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh melalui Kepala UPT Percetakan dan juga dikirim langsung kepada responden yang dikenali pernah menggunakan jasa UPT Percetakan. Kepala UPT Percetakan mengirim ke Pengguna atau konsumen UPT Percetakan.
- b. menempelkan pengumuman di UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- c. Responden mengshare link survey ke kolega mereka melalui group WA atau media lain.

e. Validitas dan Reliabilitas

- 1) Validitas adalah alat ukur untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam konteks survey ini, validitas instrument angket yang dipilih adalah Content Validity, yaitu suatu alat ukur disebut memiliki validitas bilamana alat ukur tersebut isinya layak mengukur obyek yang seharusnya diukur dan sesuai dengan kriteria tertentu.³ Di sini isi instrument dipastikan semua berkaitan dan memenuhi syarat untuk mengukur kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan UPT Percetakan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- 2) Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauhmana hasil pengukuran tetap konsisten apabila pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.⁴ Di dalam survey ini jenis reliabilitas yang digunakan LPM adalah *Inter-retest reliability*, yaitu LPM hanya menguji angket dengan cara meminta satu mahasiswa/i menjawab angket dan kemudian beberapa jam berselang angket ini diminta

³Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2013, hlm.46.

⁴Syofian Siregar, *Ibid.* hlm.55.

diisi ulang mahasiswa/i tadi. Kemudian hasil jawaban yang pertama dikorelasikan dengan jawaban yang kedua.

Proses pengujian ini secara teoritis dapat dibenarkan karena *inter-retest reliability* adalah satu model uji reliabilitas yang sering digunakan dalam penelitian-penelitian social. *Inter-retest reliability used to assess the consistency of a measure from one time to another.*⁵

⁵ *Type of Reliability* di dalam <http://socialresearchmethods.net/kb/reypes.php>, accessed 3 September 2017.

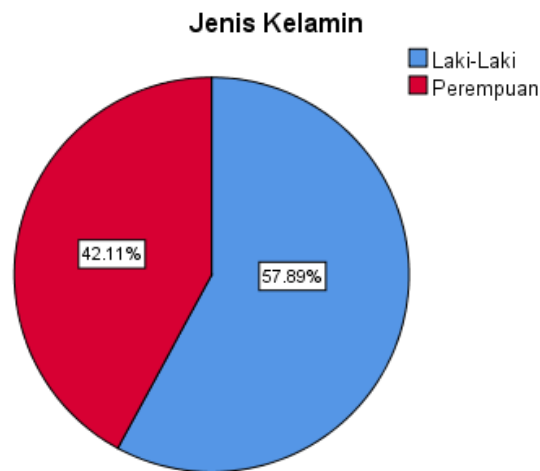
BAB II ANALISIS DATA SURVEY

1. PROFIL RESPONDEN

Survey kepuasan pengguna terhadap UPT Percetakan dilakukan selama 37 hari, yaitu dari 23 Januari sampai dengan 28 Februari 2023. Dari data yang terkumpul responden yang isi survey sebanyak 57 responden di mana 57,9 % adalah laki dan 42,1% adalah Perempuan. Secara rinci dapat dilihat pada table 1 dan gambar Pieberikut

Tabel 1 Jenis Kelamin

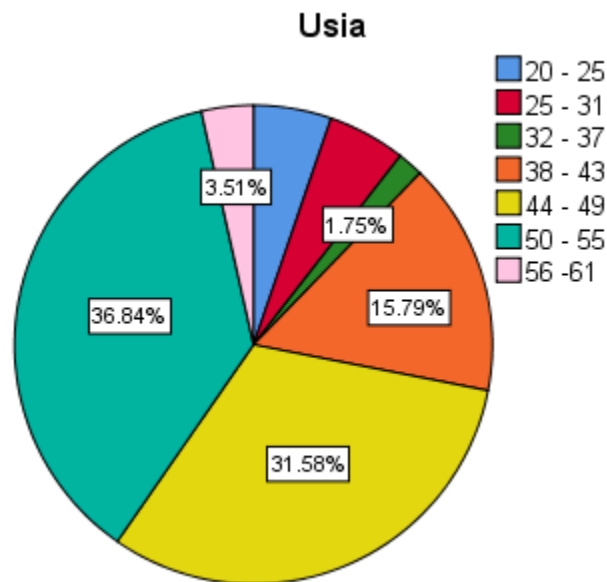
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	33	57.9	57.9	57.9
	Perempuan	24	42.1	42.1	100.0
	Total	57	100.0	100.0	



Sementara usia Konusmen UPT Percetakan cukup bervariasi seperti yang terlihat dalam Tabel 2 berikut.

Tabel 2 Usia Konsumen

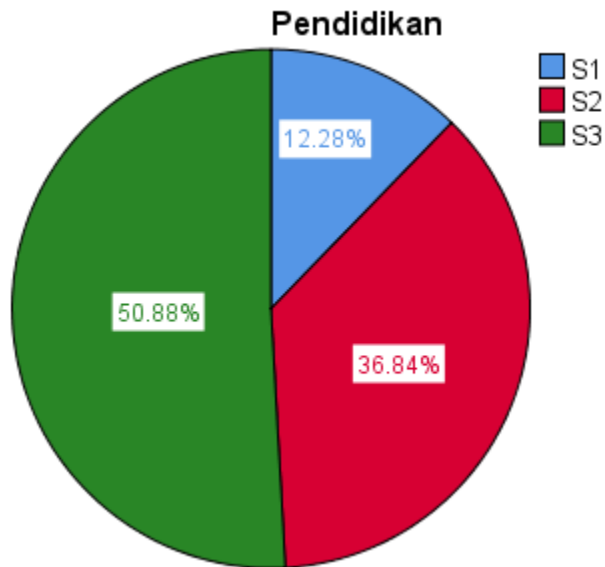
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 25	3	5.3	5.3	5.3
	25 - 31	3	5.3	5.3	10.5
	32 - 37	1	1.8	1.8	12.3
	38 - 43	9	15.8	15.8	28.1
	44 - 49	18	31.6	31.6	59.6
	50 - 55	21	36.8	36.8	96.5
	56 - 61	2	3.5	3.5	100.0
	Total	57	100.0	100.0	



Pengguna atau konsumen yang menggunakan jasa UPT Percetakan ternyata semua adalah para terdidik. Hal ini tercermin pada table 3 berikut.

Tabel 3 Pendidikan Konsumen

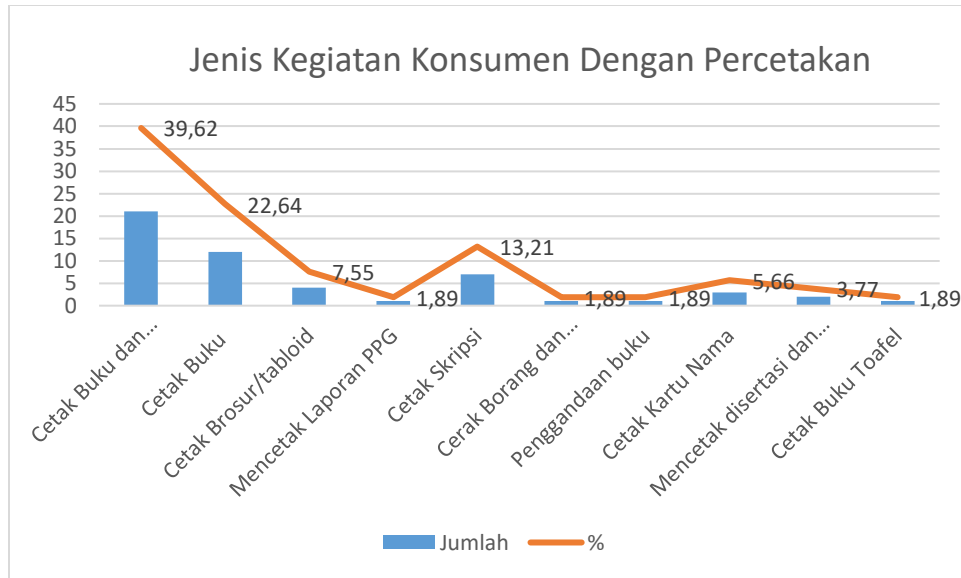
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1	7	12.3	12.3	12.3
	S2	21	36.8	36.8	49.1
	S3	29	50.9	50.9	100.0
	Total	57	100.0	100.0	



Pekerjaan pengguna atau konsumen UPT Percetakan didominasi oleh Dosen ASN, 84,2% dan urutan kedua dosen Non ASN. Rinciannya dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4 Pekerjaan Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ahli Psi	1	1.8	1.8	1.8
	Arsipari	1	1.8	1.8	3.5
	Dosen AS	48	84.2	84.2	87.7
	Dosen No	3	5.3	5.3	93.0
	Guru ASN	1	1.8	1.8	94.7
	Guru Non	1	1.8	1.8	96.5
	Laborant	1	1.8	1.8	98.2
	Mahasisw	1	1.8	1.8	100.0
	Total	57	100.0	100.0	



2. HASIL PENGOLAHAN DATA

Pengolahan data survey dilakukan dengan menggunakan SPSS dan excel. Nilai Indeks Kepuasan UPT Percetakan dianalisis dengan menggunakan “nilai rata-rata tertimbang” masing-masing unsur yang disasar dalam survey ini. Dalam IKM ini seperti dijelaskan di atas dikelompokkan ke dalam 5 aspek besar, yaitu (1) aspek yang *tangibles*, (2) aspek *reliability*, (3) aspek *responsivenees*, (4) aspek *assurance*, dan (5) aspek *empathy*. Ke lima aspek besar tersebut mencakup semua kualitas pelayanan yang diberikan UPT Percetakan.

Setiap unsur layanan diberikan nilai penimbang yang sama dengan rumus:

$$\text{Bobot Nilai Tertimbang} = \frac{\text{Jumlah Bobot}}{\text{Jumlah Item}} = \frac{1}{13} = 0,0769$$

Dengan demikian nilai penimbang IKM UPT Percetakan adalah 0,0769. Untuk memperoleh nilai IKM, dihitung jumlah Total Nilai bobot per unsur dengan rumus:

$$\text{Total Nilai Bobot Per Unsur} = \frac{[(\sum SPx4) + (\sum Px3) + (\sum TPx2) + (\sum STPx1)]}{\sum Responden}$$

Setiap nilai unsur tersebut dimasukkan ke dalam excel sesuai dengan urutan responden mengisi angket online sehingga diperoleh nilai masing-masing. Berikut adalah contoh table pengolahan indeks kepuasan Pengguna UPT Percetakan.

Tabel 5 Pengolahan IKM UPT Percetakan

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	
1														
2														
3														
57														
Jumlah Nilai Per Unsur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total Pertanyaan/Unsur	13													
Data Angket Terisi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Nilai Rata-rata per unsur = jumlah nilai per unsur: jumlah angket yang terisi	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	
Bobot Nilai Tertimbang = nilai bobot di bagi dengan jumlah unsur	0,0769													
Nilai rata-rata tertimbang per unsur = nilai rata-rata per unsur x nilai tertimbang	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#DIV/0!
Indeks Kepuasan Pengguna Ma'had dan Asrama = Total nilai rata-rata tertimbang dikalikan dengan Nilai Dasar (25)														#DIV/0!

Dari hasil pengolahan data ditemukan bahwa total nilai per unsur adalah:

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13
185	190	181	187	176	187	187	192	188	186	188	178	183

Nilai rata-rata tertimbang per unsur merupakan nilai rata-rata per unsur dikalikan dengan nilai tertimbang.

Untuk menstandar dan memudahkan interpretasi terhadap penilaian IKM, yaitu range antara 25 – 100, maka penilaian tersebut dikoversikan dengan Bobot Dasar yang ditetapkan, yaitu 25, dengan formula berikut:

$$\text{Indeks Kepuasan Pengguna terhadap Kualitas Layanan Percetakan} \times 25$$

Nilai rata-rata tertimbang per unsur merupakan nilai rata-rata per unsur dikalikan dengan nilai tertimbang, maka Indeks Layanan dikalikan dengan bobot dasar, yaitu : $3,2497 \times 25 = \mathbf{81,2416}$.

Angka IKM tersebut, jika diperhatikan pada table konversi nilai di bawah, maka berada pada Nilai Interval IKM 3,0644 - 3,532 di mana Nilai Persepsi pada

kategori 3 secara kualitatif dikategorikan dengan Kinerja Pelayanan **PUAS** atau Mutu Layanan **B. Score IKM Kualitas UPT Pечатakan adalah 3,2497**

Tabel 6 Skala Persepsi, Nilai Interval IKM, Nilai Interval Konversi, Mutu Layanan dan Kinerja Pelayanan

Nilai Persepsi	Nilai Inteval (NI)	Nilai Interval Konversi (NIK)	Mutu Layanan (x)	Kinerja Unit Layanan (y)
1	1,00 - 2,5996	25,00 - 64,99	D	Tidak Baik
2	2,60 - 3,064	65,00 - 76,60	C	Kurang Baik
3	3,0644 - 3,532	76,61 - 88,30	B	Baik
4	3,5324 - 4,00	88,31 - 100,00	A	Sangat Baik

Sumber:Permenpan No.14 tahun 2017 ttg Pedoman Penyusunan IKM

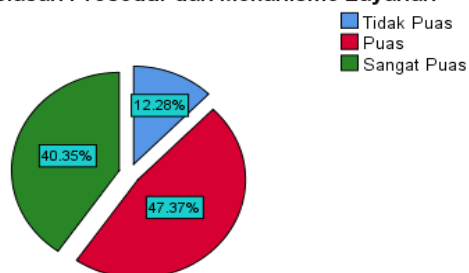
Indeks tersebut memiliki korelasi dengan jawaban responden. Misalnya jawabana terhadap kapasitas staf perchatakan dalam menyelesaikan masalah, 56,1% menjawab Puas dan 18% mengatakan Sangat Puas. Rinciannya dapat dilihat Tabel 7 berikut.

Tabel 7 Kemampuan Petugas Dalam Menyelesaikan Masalah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	1	1.8	1.8	1.8
	Tidak Puas	6	10.5	10.5	12.3
	Puas	32	56.1	56.1	68.4
	Sangat Puas	18	31.6	31.6	100.0
	Total	57	100.0	100.0	

Begitu juga ketika dilihat pada kejelasan prosedur dan mekanisme pelayanan, menunjukkan bahwa 47,37% konsumsen Puas, seperti ditunjukkan pada Pie berikut.

Kejelasan Prosedur dan Mekanisme Layanan



Di samping itu, besaran biaya yang ditentukan UPT Percetakan juga cukup representatif, di mana 66,7% konsumen merasa Puas dengan biaya yang dikenakan.

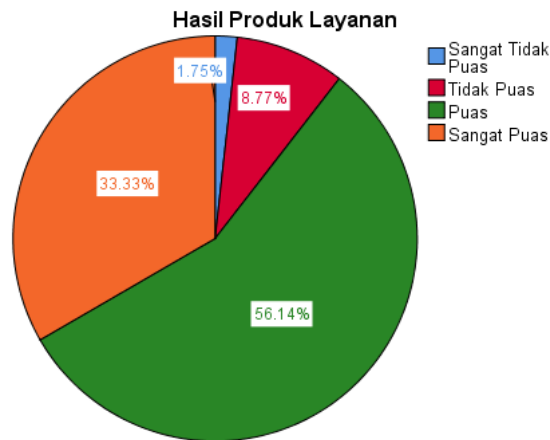
Tabel 8 Besaran Biaya Yang Ditentukan Percetakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Puas	6	10.5	10.5	10.5
	Puas	38	66.7	66.7	77.2
	Sangat Puas	13	22.8	22.8	100.0
	Total	57	100.0	100.0	

Bagaimana dengan hasil atau product percetakan? Ternyata konsumen juga Puas, yaitu 56,1% dan 33,3% mengatakan sangat Puas.

Tabel 9 Hasil Product Layanan Percetakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	1	1.8	1.8	1.8
	Tidak Puas	5	8.8	8.8	10.5
	Puas	32	56.1	56.1	66.7
	Sangat Puas	19	33.3	33.3	100.0
	Total	57	100.0	100.0	



BAB III KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survey dan pengolahan data survey di atas dapat disimpulkan bahwa Konsumen utama UPT Percetakan UIN Ar-Raniry masih didominasi dari kalangan dosen UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan jenis layanan yang banyak digunakan adalah mencetak laporan penelitian. Hasil Indeks Kepuasan Konsumen terhadap kualitas layanan UPT Percetakan berada Nilai Kinerja **81,2416** atau Nilai Interval Persepsi dan berada pada Nilai Interval IKM 3,0644 – 3,5320 dengan Mutu Layanan B dan Kinerja Pelayanan Baik. Nilai score IKM UPT Percetakan adalah **3,2497**. Nilai score tinggi karena responden relative sedikit.

2. REKOMENDASI

Survey Indeks kepuasan mahasiswa ini hanya dilakukan selama 37 hari dan secara online. Dari observasi dilapangan ditemukan sebab terbatas jumlah yang ambil bagian dalam survey adalah persoalan koneksi internet dan mobilitas mahasiswa yang tinggi. Karena itu ke depan perlu dilakukan survey secara regular dan mampu melibatkan lebih banyak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandi Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2005).
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas Jilid I*, (Jakarta: Indeks Gramedia, 2005).
- Peraturan Menteri Agama Reublik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020.
- Service Performance di dalam <http://www.serviceperformance.com/the-5-service-dimensions-all-customers-care-about/>.
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2013, hlm.46.
- Type of Reliability di dalam <http://socialresearchmethods.net/kb/reypes.php>.

