

LAPORAN SURVEY KEPUASAN PUSAT PENGEMBANGAN BISNIS

UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

	IKM	
Nilai Interval Konversi	Score	Mutu Layanan
84,1667	3,3667	SANGAT BAIK/PUAS

PUSAT PENGEMBANGAN STANDAR MUTU
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU (LPM) UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

KATA PENGANTAR

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

Responden adalah Pengguna yang pernah berhubungan dengan Pusat Pengembangan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 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 Pusat Pengembangan Bisnis tidak memiliki database lengkap. Di samping itu beberapa pihak yang melakukan bisnis dengan UIN Ar-Raniry tidak melalui Pusat Pengembangan Bisnis tetapi melalui Bagian Rumah Tangga UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan pada unit ini pun tidak memiliki data lengkap. Dari 37 hari angket survey dilakukan hanya 6 responden yang diperoleh. Masalah ini memang menjadi pertanyaan bagi LPM dan ke depan perlu ada mekanisme yang jelas data pengguna Pusbis.

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 Pusat Pengembangan Bisnis 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>PENDAHULUAN</u>	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>ANALISIS DATA SURVEY</u>	4
1. PROFIL RESPONDEN.....	4
2. HASIL PENGOLAHAN DATA.....	7
BAB III : <u>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</u>	11
1. KESIMPULAN.....	11
2. REKOMENDASI.....	11
DAFTAR PUSTAKA.....	12

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jenis Kelamin	4
Tabel 2 Usia Konsumen	5
Tabel 3 Pendidikan Konsumen	5
Tabel 4 Pekerjaan Konsumen.....	6
Tabel 5 Pengolahan IKMPengembangan Bisnis.....	8
Tabel 6 Skala Persepsi, Nilai Interval IKM, Nilai Interval Konversi, Mutu Layanan dan Kinerja Pelayanan	9
Tabel 7 Kemampuan Petugas Dalam Menyelesaikan Masalah. Error! Bookmark not defined.	
Tabel 8 Besaran Biaya Yang Ditentukan Pengembangan Bisnis Error! Bookmark not defined.	
Tabel 9 Hasil Product Layanan Pengembangan Bisnis	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Pusat Pengembangan Bisnis UIN Ar-Raniry merupakan salah satu unit bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Keberadaannya seiring dengan berubah status IAIN Ar-Raniry menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Pusat Pengembangan Bisnis pada prinsip dibentuk untuk mengembangkan dan memperkuat alternatif pemerolehan sumber-sumber pendanaan (*income generating*) universitas melalui pengembangan bisnis produktif berbasis pemanfaatan aset dan akademik yang dikelola secara profesional dan akuntabel. Pusat Pengembangan Bisnis diharapkan merintis pengembangan usaha akademik melalui pendidikan, pelatihan, dan konsultasi serta mengelola dan mengembangkan usaha melalui pemanfaatan aset universitas secara produktif, profesional, dan akuntabel.

Sampai saat ini Pusat Pengembangan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh masih memperkuat sinergi antar Unit, Lembaga, Fakultas, dan Universitas dalam pengembangan bidang perekonomian dan kewirausahaan guna menggali sumber-sumber pendanaan yang luas.

Untuk melihat bagaimana persepsi pengguna atau mitra Pengembangan Pusat Bisnis, maka dilakukan survey kepuasan. Survey ini adalah salah satu bahagian dari melihat implementasi SPMI dari aspek kepuasan konsumen terhadap Pusat Pengembangan Bisnis.

Di dalam survey ini diterminasi kualitas layanan, LPM rujuk pada teori yang dikembangkan oleh Valarie A. Zeithaml di dalam bukunya *Delivering Quality Service*¹. 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 and their ability to convey trust and confidence* (5) *empathy – caring, individualized attention the firm provides its customers.*

¹<http://www.serviceperformance.com/the-5-service-dimensions-all-customers-care-about/>, accessed 5 September 2017.

2. MAKSUD DAN TUJUAN

Survey ini bermaksud dan bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan Pengguna Terhadap Kualitas Pusat Pengembangan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh berdasarkan persepsi, pengamatan, pengalaman, dan pengetahuannya.

3. RESPONDEN DAN SASARAN

Responden survey ini adalah pengguna Pusat Pengembangan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah dan sedang menggunakan jasa Pusat Pengembangan Bisnis. Sasaran survey adalah kualitas pelayanan Pusat Pengembangan Bisnis 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/SurveyKepuasanPengembangan_Bisnis oleh Pengguna Pusat Pengembangan Bisnis 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 baik perorangan maupun kelembagaan yang pernah bekerja dengan Pusat Pengembangan Bisnis 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 meggunakan Pusat Pengembangan Bisnis 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 Pusat Pengembangan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh melalui Kepala Pusat Pengembangan Bisnis dan juga dikirim langsung kepada responden yang dikenali pernah menggunakan jasa Pusat Pengembangan Bisnis. Kelemahannya di sini Kepala Pusat Pengembangan Bisnis belum mengetahui mitra Pusat Pengembangan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh sehingga tidak dapat memperluas penyebaran link angket.
 - b. menempelkan pengumuman di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- 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.² Di sini isi instrument dipastikan semua berkaitan dan memenuhi syarat untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap kualitas Pusat Pengembangan Bisnis 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.³ Di dalam survey ini jenis reliabilitas yang digunakan LPM adalah *Inter-retest reliability*, yaitu LPM hanya menguji angket dengan cara meminta satu enterprenership menjawab angket dan kemudian beberapa jam berselang angket ini diminta diisi ulang enterprenership tadi. Kemudian hasil jawaban yang pertama dikorelasikan dengan jawaban yang kedua.

Proses pengujian ini secara teoritis dapat dibenarkan karena *inter-retest realibility* 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.*⁴

²Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2013, hlm.46.

³Syofian Siregar, *Ibid.* hlm.55.

⁴*Type of Reliablity* di dalam <http://socialresearchmethods.net/kb/retypes.php>, accessed 3 September 2017.

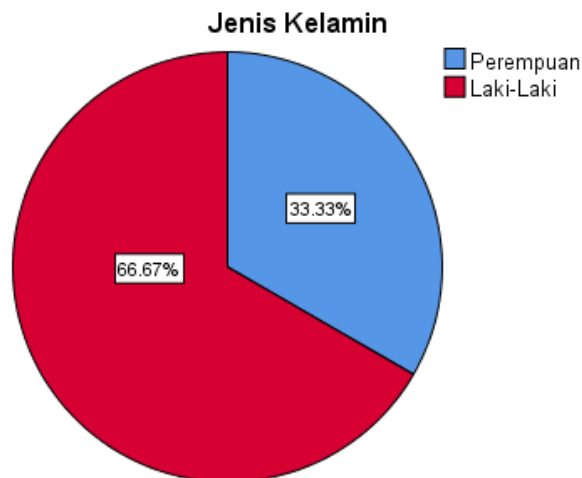
BAB II ANALISIS DATA SURVEY

1. PROFIL RESPONDEN

Survey kepuasan pengguna terhadap Pusat Pengembangan Bisnis dilakukan selama 37 hari, yaitu dari 23 Januari sampai dengan 28 Februari 2023. Hanya enam responden yang berhasil diperoleh untuk mengisi angket. Secara rinci dapat dilihat pada table 1 dan gambar Pie berikut

Tabel 1 Jenis Kelamin

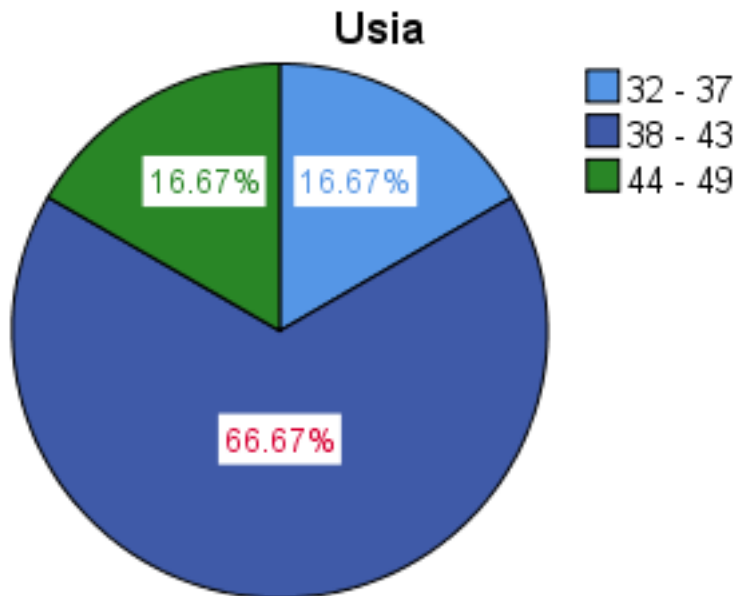
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	2	33.3	33.3	33.3
	Laki-Laki	4	66.7	66.7	100.0
	Total	6	100.0	100.0	



Sementara usia Konusmen Pusat Pengembangan Bisnis cukup bervariasi seperti yang terlihat dalam Tabel 2 berikut.

Tabel 2 Usia Pengguna

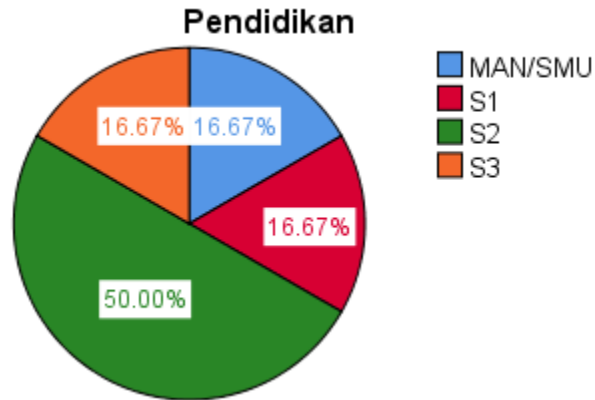
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	32 - 37	1	16.7	16.7	16.7
	38 - 43	4	66.7	66.7	83.3
	44 - 49	1	16.7	16.7	100.0
	Total	6	100.0	100.0	



Pengguna atau konsumen yang menggunakan jasa Pusat Pengembangan Bisnis ternyata semua adalah para terdidik. Hal ini tercermin pada table 3 berikut.

Tabel 3 Pendidikan Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MAN/SMU	1	16.7	16.7	16.7
	S1	1	16.7	16.7	33.3
	S2	3	50.0	50.0	83.3
	S3	1	16.7	16.7	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

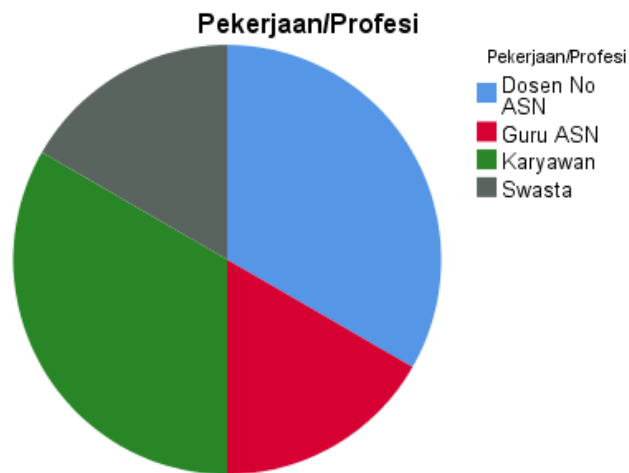


Pekerjaan pengguna Pusat Pengembangan Bisnis didominasi oleh Dosen ASN, 33,3% dan urutan kedua dosen Non ASN. Rinciannya dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4 Pekerjaan Pengguna

Pekerjaan/Profesi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dosen No	2	33.3	33.3	33.3
	Guru ASN	1	16.7	16.7	50.0
	Karyawan	2	33.3	33.3	83.3
	Swasta	1	16.7	16.7	100.0
	Total	6	100.0	100.0	



2. HASIL PENGOLAHAN DATA

Pengolahan data survey dilakukan dengan menggunakan SPSS dan excel. Nilai Indeks Kepuasan Pusat Pengembangan Bisnis 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 Pusat Pengembangan Bisnis.

Setiap unsur layanan diberikan nilai penimbang yang sama dengan rumus:

$$\text{Bobot Nilai Tertimbang} = \frac{\text{Jumlah Bobot}}{\text{Jumlah Item}} = \frac{1}{15} = 0,0667$$

Dengan demikian nilai penimbang IKM Pusat Pengembangan Bisnis adalah 0,0667. Untuk memperoleh nilai IKM, dihitung jumlah Total Nilai bobot per unsur dengan rumus:

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

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 Pusat Pengembangan Bisnis.

Tabel 5 Pengolahan IKM Pengembangan Bisnis

Responden	P1	P2	3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
1																
2																
3																
4																
5																
6																
Jumlah Nilai Per Unsur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total Pertanyaan/Unsur	15															
Data Angket Terisi	0	0	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	0,0667															
Nilai rata-rata tertimbang per unsur = nilai rata-rata per unsur x nilai tertimbang	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#DIV/0!
Indeks Kepuasan Pengguna LDC = 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	P14	P15
20	20	21	20	20	19	20	20	21	19	21	20	21	21	20

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:

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

Nilai rata-rata tertimbang per unsur merupakan nilai rata-rata per unsur dikalikan dengan nilai tertimbang, maka Indeks Layanan dikalikan dengan bobot dasar, yaitu : $3,3667 \times 25 = \mathbf{84,1667}$. Jadi Score Nilai IKM adalah **3,3667**. Angka IKM tersebut, jika diperhatikan pada table konversi nilai di bawah, maka berada pada Nilai Interval IKM 3,5324 - 4,00 di mana Nilai Persepsi pada kategori 4 secara kualitatif dikategorikan dengan Kinerja Pelayanan **SANGAT PUAS** atau Mutu Layanan **A**. Mutu ini banyak terkait dengan sedikit jumlah responden yang terjangkau.

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 memang memiliki korelasi dengan jawaban responden. Berikut adalah response responden. Di sini sengaja ditampilkan hampir semua pertanyaan karena responden tidak banyak.

Tabel 7 Kebersihan Ruangan Kantor PPB

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Puas	1	16.7	16.7	16.7
	Puas	2	33.3	33.3	50.0
	Sangat Puas	3	50.0	50.0	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

Pengguna atau mitra yang berhubungan dengan Pusat Pengembangan Bisnis berpendapat bahwa Petugas Pusat Pengembangan Bisnis merupakan pribadi pribadi yang sopan. Dari 6 reponden, 4 atau 66,7% mengatakan bahwa sikap sopan santun petugas Pusat Bisnis Sangat Puas.

Tabel 8 Kesopanan Petugas PPB

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Puas	1	16.7	16.7	16.7
	Puas	1	16.7	16.7	33.3
	Sangat Puas	4	66.7	66.7	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

Tabel 9 Kemampuan Petugas dalam menyelesaikan masalah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Puas	4	66.7	66.7	66.7
	Sangat Puas	2	33.3	33.3	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

Di samping itu, pengguna juga berpendapat bahwa petugas Pusat Pengembangan Bisnis, baik dalam pengelolaan asset atau 33,3% mengatakan Sangat Puas.

Tabel 10 Kemampuan Petugas dalam Pengelolaan Aset UIN Ar-Raniry Banda Aceh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Puas	1	16.7	16.7	16.7
	Puas	3	50.0	50.0	66.7
	Sangat Puas	2	33.3	33.3	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

Tabel 11 Aksebilitas dan Transparansi Tata Kelola PPB

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Puas	2	33.3	33.3	33.3
	Puas	1	16.7	16.7	50.0
	Sangat Puas	3	50.0	50.0	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

BAB III

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survey dan pengolahan data survey di atas dapat disimpulkan bahwa Pusat Pengembangan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh ke enam responden berpendapat Sangat Puas. Hasil Indeks Kepuasan Konsumen adalah **3,3667** atau Nilai Interval Persepsi dan berada pada Nilai Interval IKM 3,26 – 4.00 dengan Mutu Layanan A. Mutu layanan ini memang tinggi tetapi ini terkait dengan jumlah responden kecil hanya enam responden. Artinya hubungan dinamis antara Pusat Pengembangan Bisnis dan Pengguna relative mudah dikontrol dan dipertahankan.

2. REKOMENDASI

Pusat Pengembangan Bisnis merupakan unit strategis untuk meningkatkan sumber pendanaan penyelenggaraan tridharma perguruan tinggi. Karena itu harus dikelola secara professional dan secara intents melakukan kerjasama yang kompeten dan produktif dengan berbagai lembaga pada berbagai level dalam bidang bisnis kewirausahaan. Perlu Penguatan Pusat Pengembangan Bisnis dalam hal *managing, marketing, developing, dan networking*.

Kerjasama yang berorientasi benefit hendaknya dilakukan di bawah Pusat Pengembangan Bisnis. Bagian Rumah Tangga dapat mengalihkan atau melibatkan Pusat Pengembangan Bisnis dalam kegiatas bisnis.

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).
- Permenpan RB Nomo 14 tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik.
- 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 Reliablity di dalam <http://socialresearchmethods.net/kb/reypes.php>.