

TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PENYELENGGARAAN PENDIDIKAN DI PROGRAM STUDI MUAMALAT FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA

M. Nur Rianto Al Arif
Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
agif 08@gmail.com

ABSTRACT

The rapid development of shariah financial industry in Indonesia sometimes can't have one direction with the supply of human resources. Muamalat major of Shariah and Law faculty State Islamic University Syarif Hidayatullah Jakarta as one of the university that open the major for fulfill the demand of shariah financial industry human resources. The aim of this research is to measure what factor that influence student satisfaction with the education that held by muamalat major. The analysis method that used in this research is descriptive statistic approach and multiple regressions. The result was shown that there is a relationship between curriculums, lectures, infrastructure and services to student satisfaction.

Keywords: *Satisfaction, Curriculum, Services, Lecturer, Infrastructure*

PENDAHULUAN

Konsep perbankan dan keuangan Islam yang pada mulanya hanya merupakan diskusi teoritis, kini telah menjadi realitas faktual yang tumbuh dan berkembang. Bahkan, saat ini industri perbankan syariah telah bertransformasi dari hanya sekedar bank alternatif dengan sistem syariah menjadi bank yang mampu memainkan peranannya dalam percaturan ekonomi dunia. Perbankan dan institusi keuangan syariah terus mengalami perkembangan yang signifikan. Menurut laporan tahunan Islamic Development Bank (IDB) (IDB, 2009: 91), diperkirakan industri ini tumbuh lebih dari 15 persen per tahun dengan jumlah institusi keuangan syariah lebih dari 300 tersebar di lebih 75 negara dengan perkiraan total aset 500 miliar dolar atau sekitar Rp 4.600 triliun. Dengan kata lain, pasar yang sekarang sudah dicapai baru sekitar 10 persen. Ini berarti industri ini masih menjanjikan perkembangan yang luar biasa di masa depan.

Meskipun *share* perbankan syariah baru sekitar 2,5 persen (2009) atau masih terlalu kecil dibandingkan aset perbankan nasional, namun peran bank syariah dalam memperkuat pembiayaan usaha menengah, kecil, dan mikro cukup signifikan. Demikian juga kuatnya dukungan pemerintah dengan lahirnya Undang-Undang yang mandiri yaitu Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008, semakin menunjukkan eksistensi bank syariah. Bahkan, Presiden saat membuka Festival Ekonomi Syariah di Jakarta, 16 Januari 2008, menyatakan akan meminta Menteri Hukum dan HAM, Menteri Agama, dan Menteri Keuangan serta pihak-pihak terkait untuk turut mempercepat berjalan (akselerasi) dan berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia (Suara Karya, 17 Januari 2008). Dukungan dari Pemerintah tersebut menyiratkan adanya pengakuan bahwa industri ini diperhitungkan dalam pembangunan ekonomi nasional.

Khusus untuk masalah sumber daya insani, berdasarkan riset yang dilakukan oleh Universitas Indonesia tahun 2003 diungkapkan bahwa lebih dari 90% SDM bank syariah saat ini tidak memiliki latar belakang pendidikan ekonomi syariah. Di samping itu, berdasarkan penyampaian *Outlook Perbankan Syariah tahun 2007* diketahui bahwa di antara kendala

percepatan *market share* (5%) perbankan syariah karena faktor SDM, baik di sisi minimnya jumlah SDM perbankan syariah maupun kualitasnya yang masih rendah.

Menurut Wahyu Dwi Agung (mantan Ketua Asbisindo) dan Syakir Sula, saat ini baru 10% saja SDI yang memiliki latar belakang syariah yang bekerja di industri keuangan syariah dan yang 90% adalah berlatar belakang dari konvensional yang dikarbit melalui pelatihan singkat perbankan syariah. Hal ini juga diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Universitas Indonesia tentang SDI pada bank syariah. Menurut Harisman (Direktur Direktorat Perbankan Syariah BI, dalam 4-5 tahun ke depan dibutuhkan 10 ribu SDI untuk mengisi industri perbankan syariah di Indonesia. Data BI menyebutkan lebih tinggi lagi, yakni sekitar 14 ribu. Untuk itu Lembaga Pendidikan Tinggi adalah institusi yang paling berkompeten dalam penyediaan SDI yang dibutuhkan oleh industri perbankan syariah ini (Majalah Sharing, 2009: 24).

Penyiapan SDM-SDM yang handal di bidang keuangan syariah baik untuk industri perbankan syariah maupun industri keuangan syariah lainnya dibutuhkan kerjasama dari berbagai pihak. Hal ini disebabkan kualitas sumber daya manusia yang dihasilkan oleh perguruan tinggi masih sangat jauh dibandingkan dengan kebutuhan SDM di institusi keuangan syariah baik secara kuantitas maupun secara kualitas. Telah terjadi kesenjangan antara kebutuhan SDM di institusi keuangan syariah yang membutuhkan lulusan siap pakai dan penyiapan lulusan ekonomi Islam di perguruan tinggi.

Fakultas Syariah dan Hukum berupaya mengikis kesenjangan tersebut dengan menyelenggarakan pendidikan program studi Muamalat (ekonomi Islam). Program studi Muamalat fokus kepada hal-hal yang terkait pada pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam di perguruan tinggi yang memadukan antara teori dengan praktik. Salah satu praktik yang diselenggarakan ialah dengan mengadakan laboratorium bank mini yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan praktik perbankan syariah, hal ini dengan maksud sebagai salah satu upaya menjadikan mereka lulusan yang siap pakai di institusi keuangan syariah.

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah perkembangan ekonomi Islam di Indonesia yang membutuhkan banyaknya sumber daya manusia, dimana terjadi kesenjangan antara kebutuhan perbankan syariah yang membutuhkan lulusan siap pakai dengan lulusan perguruan tinggi. Sehingga seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa terhadap penyelenggaraan pendidikan ekonomi Islam

Kemudian terkait tentang persepsi dan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap penyelenggaraan pendidikan ekonomi Islam, maka diajukan beberapa pertanyaan penelitian (*Research Question*) yaitu: (1) Bagaimana persepsi dan pengetahuan mahasiswa mengenai penyelenggaraan pendidikan di program studi Muamalat; (2) Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa terhadap penyelenggaraan pendidikan di program studi Muamalat?

Terkait dengan permasalahan tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk: (1) Menganalisis tingkat kepuasan mahasiswa terhadap penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran di program studi Muamalat; (2) Mengetahui pengetahuan, persepsi mahasiswa dan kepuasan mahasiswa terhadap penyelenggaraan pendidikan di program studi Muamalat.

TINJAUAN PUSTAKA

Kurikulum

Dengan peranan dan tanggung jawab pendidikan tinggi yang sedemikian besar, maka pengembangan kurikulum pendidikan tinggi menjadi isu strategis karena berkaitan langsung dengan kualitas lulusan yang akan menjadi tulang punggung daya saing suatu bangsa (*higher education for national sustainability*). Kurikulum adalah seperangkat rencana dan pengaturan yang mengenai tujuan, isi dan bahan pelajaran serta cara-cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu. Kurikulum

bukan sekedar daftar matakuliah yang dijabarkan ke dalam silabus yang dapat diambil langsung dari daftar isi buku. Kurikulum seyogyanya mencakup filosofi (visi dan misi), tujuan pendidikan dan kandungan program studi. Kurikulum juga harus memuat dampak yang direncanakan dari hasil pembelajaran, yang berupa kompetensi, untuk masa kini dan masa yang akan datang. Kurikulum juga harus memuat metode pembelajaran, metode penilaian dan evaluasi, dan keahlian sumberdaya yang diperlukan.

Penyusunan dan pengembangan kurikulum berbasis kompetensi (KBK) secara murni sebenarnya berorientasi pada penyusunan dan pengembangan kurikulum dengan pendekatan pola induktif-yang pada hakikatnya berbeda dengan penyusunan dan pengembangan kurikulum berdasarkan *subject matter* yang menggunakan pendekatan pola deduktif. Pola induktif ini sangat tepat digunakan untuk penyusunan kurikulum pada program yang baru. Dalam kenyataannya pada program-program akademik (program studi) yang sudah berjalan dengan pengalaman pengelolaan kurikulum program sudah cukup lama, dan dalam perjalanan kurikulumnya diarahkan berbasis kompetensi, pendekatan pola gabungan (deduktif-induktif) cocok untuk digunakan. Maka dari itulah dalam Standar Isi tersebut menyangkut tiga komponen pokok yaitu Standar Kompetensi, Kompetensi Dasar, dan Struktur Kurikulum.

Inti kurikulum tidak lain adalah suatu jawaban menyeluruh dari beberapa pertanyaan berikut: (a) tujuan dan maksud apakah yang hendak dicapai oleh lembaga pendidikan; (b) kesempatan-kesempatan belajar/diklat apakah yang dipilih agar terjadi perubahan perilaku sesuai dengan harapan; (c) bagaimanakah unsur-unsur belajar disusun; dan (d) bagaimanakah penilaian untuk mengetahui keberhasilannya. (Suharno, 2009)

Suatu kurikulum memiliki 4 (empat) unsur pokok, yaitu (1) pelajaran (content/material), (2) metode, (3) evaluasi, dan (4) umpan balik. Terdapat 3 (tiga) macam sumber kurikulum, yaitu pengetahuan, masyarakat, dan individu yang dididik. Sementara itu, terdapat 4 (empat) macam sumber penyesuaian kurikulum, yaitu pengajaran (pengetahuan), masyarakat, individu, dan perkembangan iptek. Kurikulum juga memiliki sejumlah fungsi, yakni: (a) fungsi penyesuaian (*the adjustive or adaptive function*); (b) fungsi pengintegrasian (*the integrating function*); (c) fungsi diferensiasi (*the differentiating function*); (d) fungsi persiapan (*the propaedeutic function*); (e) fungsi pemilihan (*the selective function*); dan (f) fungsi diagnostik (*the diagnostic function*).

Terdapat 4 (empat) jenis kurikulum, yaitu (1) *the hidden curriculum*, (2) *the actual curriculum*, (3) *a whole curriculum*, dan (4) *the public curriculum*. Terdapat 3 (tiga) sumber yang mendasari perumusan tujuan kurikulum, yaitu (1) sumber empiris, (2) sumber filosofis, dan (3) sumber bahan pembelajaran. Sumber empiris, yakni yang berkaitan dengan (a) tuntutan kehidupan masa kini, dan (b) karakteristik peserta didik yang berkembang secara dinamis dan memiliki kebutuhan fisik dan sosial, dan keutuhan pribadi.

Kurikulum merupakan landasan utama penyelenggaraan pendidikan akademik dan profesional menuju pencapaian hasil belajar sesuai dengan standar lulusan Universitas. Seperangkat rencana dan pengaturan mengenai isi atau bahan kajian dan materi pembelajaran serta cara penyampaian maupun cara penilaian untuk menjamin tercapainya kompetensi lulusan merupakan informasi pokok yang harus ada dalam kurikulum.

Pengembangan kurikulum juga memerlukan landasan pijakan yang kuat, seperti landasan *filosofis*, landasan *psikologis*, landasan *sosiologis*, dan landasan *organisatoris*. Landasan *filosofis* menawarkan beberapa pertanyaan mendasar seperti: (a) siapakah hakikat pembelajar; (b) apakah yang seharusnya dilakukan pembelajar; (c) tugas-tugas apakah yang harus dilakukan pendidik/instruktur; dan (d) apakah yang harus menjadi isi kurikulum. Dengan demikian, kurikulum harus ada relevansinya dengan kehidupan dan kebutuhan masyarakat. Landasan organisatoris maksudnya bentuk penyajian bahan ajar dapat mempertimbangkan 3 (tiga) hal, yaitu materi ajar satu dengan yang lainnya terpisah (*separate subject curriculum*); antara materi ajar

satu dengan yang lainnya saling berhubungan dalam penyampaiannya (*correlated curriculum*); atau materi-materi ajar itu dapat disajikan dalam bentuk unit (*integrated curriculum*).

Secara prinsip ada dua model penyusunan kurikulum, yaitu model *subject matter* dan model kompetensi/topik inti. Model *subject matter* menggunakan pola deduktif dalam penyusunan kurikulumnya yaitu dengan cara menentukan struktur kurikulum atau mata kuliah sebagai patokan. Akan tetapi, model KBK menggunakan pola induktif dalam penyusunannya yaitu, penyusunan kurikulum dan penentuan mata kuliah didasarkan pada pengalaman belajar yang harus diberikan pada mahamamahasiswa yang dirumuskan dalam pencapaian kompetensi yang telah dirancang. Bagi pengelolaan pendidikan yang sedang berjalan dengan pengalaman yang memadai dalam mengaplikasikan kurikulum dengan model *subject matter* dan dalam perkembangannya mengorientasikan pelaksanaan kurikulumnya/ pembelajarannya pada basis kompetensi, maka pola pengembangan kurikulumnya biasa menggunakan pola deduktif-induktif, sehingga pengembangan kurikulum tersebut didasarkan pada penyusunan standar isi yang didalamnya menyangkut standar kompetensi (SK), kompetensi dasar (KD), dan struktur kurikulum.

Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah pandangan individu atas kinerja dari suatu produk dan atau jasa terkait dengan apa yang diharapkannya dari produk dan atau jasa tersebut. Konsep dari kepuasan konsumen adalah fungsi dari harapan konsumen atas suatu produk dan atau jasa. Seorang konsumen yang mendapatkan pelayanan di bawah harapan yang ingin dicapainya atas produk tersebut akan merasa tidak puas, begitu pula sebaliknya apabila ia mendapatkan pelayanan yang melebihi apa yang diharapkannya akan merasa sangat puas dan senang, bahkan akan melakukan pembelian ulang atas produk tersebut.

Kotler (1997) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai:

"satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations"

Jadi kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan yang menjadi harapan pelanggan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang atau gembira.

Definisi kepuasan menurut Engel (1994) bahwa:

"kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan"

Ada kesamaan di antara beberapa definisi di atas yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik itu berupa barang atau jasa. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

Kepuasan pelanggan menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian (*dis-confirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu

yang bersifat emosi. Kalau pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Kalau nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Kalau nilai dari pelanggan adalah harga yang murah maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif.

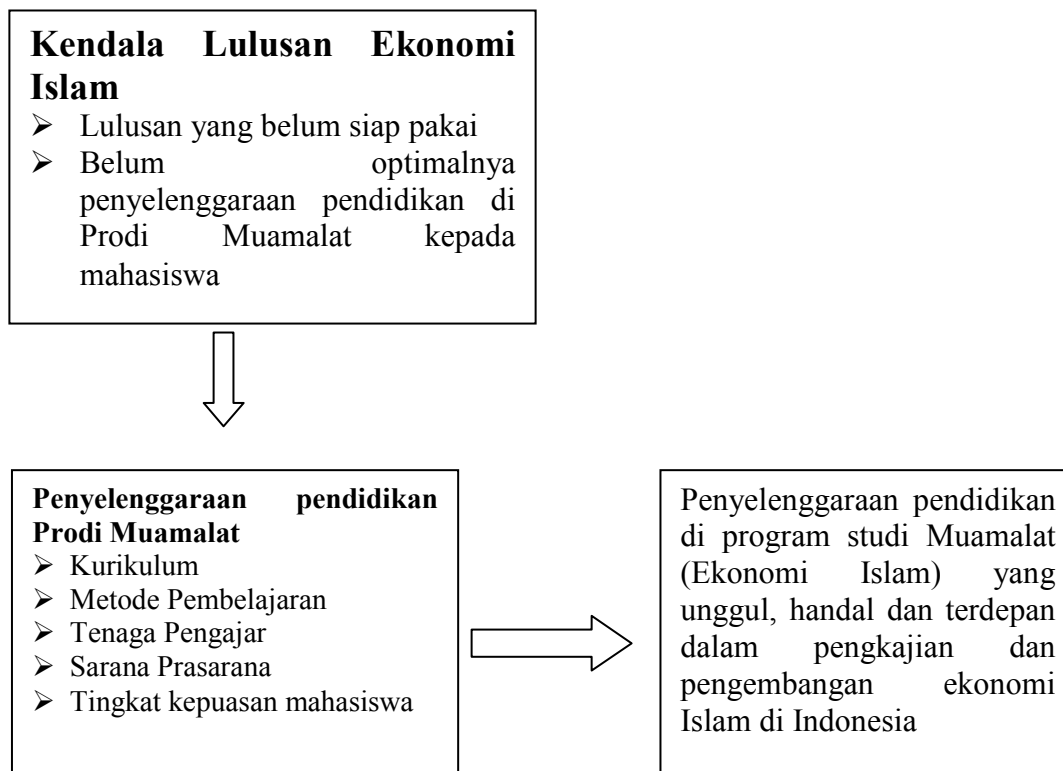
Nilai bagi pelanggan ini dapat diciptakan melalui atribut-atribut pemasaran perusahaan yang dapat menjadi unsur-unsur stimuli bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian. Jika pembelian yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya atau mampu memberikan kepuasan, maka di masa datang akan terjadi pembelian ulang. Bahkan lebih jauh lagi, konsumen yang puas akan menyampaikan rasa kepuasannya kepada orang lain, baik dalam cerita (*word of mouth*), atau memberikan rekomendasi. Efek berantai yang dihasilkan dari mekanisme ini akan jauh lebih efektif dibandingkan dengan iklan di media massa. Oleh karenanya saat ini banyak iklan yang menyajikan tampilan dengan unsur testimoni atau kesaksian atas produk tersebut.

Stimuli adalah setiap bentuk fisik, visual atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi perilaku. Salah satu bentuk dari stimuli yang dapat mempengaruhi konsumen dan merupakan faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan adalah stimuli pemasaran yaitu melalui unsur-unsur strategi marketing mix.

Dimensi-dimensi keinginan konsumen diimplementasikan oleh perusahaan dalam bentuk strategi marketing mix, bahwa nilai pelanggan dapat diciptakan melalui: (1) dimensi produk (meliputi *core product*, *actual product*, dan *augmented product*); (2) layanan penjualan (meliputi kecepatan dan ketepatan proses, kecepatan dan ketepatan produk yang diterima, kemudahan mengakses; kesederhanaan prosedur, atmosfer pelayanan, proaktif terhadap kebutuhan); (3) layanan purna jual dan keluhan (meliputi: bagian layanan purna jual, masalah direspon dengan cepat, layanan yang simpatik, layanan proaktif).

Beberapa studi menghubungkan tingkat kepuasan konsumen dengan perilaku konsumen, dimana akan terdapat beberapa tipe dari konsumen. Schiffman (2004: 15):

- a. Konsumen yang puas atau apa yang didapatkannya melebihi apa yang diharapkannya, akan loyal terhadap produk tersebut dan akan terus melakukan pembelian kembali. Ia akan memberikan efek berantai tentang perusahaan tersebut kepada orang lain –hal ini biasa dikenal dengan *word of mouth*-. Tipe konsumen ini disebut dengan *apostles*
- b. Tipe konsumen *defectors*, yaitu konsumen yang merasa biasa saja dengan pelayanan yang diberikan, dan biasanya akan berhenti melakukan pembelian atas produk tersebut.
- c. Tipe konsumen *terrorist*, yaitu konsumen yang mempunyai pengalaman buruk atau negatif atas perusahaan, sehingga akan menyebarkan efek berantai yang buruk kepada orang lain. Konsumen akan mengatakan kepada pihak lain keburukan produk tersebut dan tidak akan menganjurkan orang lain menggunakan produk tersebut.
- d. Tipe konsumen *hostages*, yaitu konsumen yang tidak puas akan suatu produk namun tidak dapat melakukan pembelian kepada barang lain, karena struktur pasar yang monopolistik atau harga yang murah.
- e. Tipe konsumen *mercenaries*, yaitu konsumen yang sangat puas, namun tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut. Dimana dipengaruhi oleh rendahnya harga atau faktor lain.



Terkait dengan permasalahan dan tujuan penelitian serta kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan suatu hipotesis dalam penulisan ini yaitu “*bahwa terdapat pengaruh antara penyelenggaraan pendidikan program studi Muamalat dengan tingkat kepuasan mahasiswa*”.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif yaitu salah satu jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian, di mana data yang dikumpulkan bersifat deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (observasi). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur persepsi, pengetahuan dan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap penyelenggaraan pendidikan yang dilaksanakan oleh program studi Muamalat (ekonomi Islam) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui penyebaran kuesioner terhadap mahasiswa program studi Muamalat (ekonomi Islam) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Melalui penyebaran kuesioner diharapkan mendapat data primer tentang persepsi dan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap penyelenggaraan pendidikan program studi Muamalat. Sedangkan data sekunder didapatkan dari Program Studi Muamalat berupa data mahasiswa aktif program studi Muamalat.

Dalam penelitian, peneliti menggunakan sampel dengan beberapa pertimbangan. Inilah yang disebut sampling, yaitu proses memilih sejumlah elemen dari populasi yang mencukupi untuk mempelajari sampel dan memahami karakteristik elemen populasi (Sekaran, 2000: 268).

Metode sample yang dipergunakan adalah metode *simple random sampling*, yaitu suatu metode pengambilan sampel berdasarkan acak, di mana setiap responden mendapatkan peluang yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel penentuan sampel Isaac dan Michael dengan jumlah populasi sebanyak 1300 orang dan tingkat kesalahan 5%, maka jumlah sampel adalah berjumlah 200 orang, sehingga persentase sampel yang diambil adalah

sebesar 15% dari jumlah populasi. Jumlah sampel sebanyak 200 orang tersebut kemudian didistribusikan secara proporsional kepada 4 angkatan yaitu: angkatan 2010, angkatan 2009, angkatan 2008, dan angkatan 2007 ke atas.

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sekaligus untuk menjawab beberapa pertanyaan sebagaimana dirumuskan dalam identifikasi masalah, ditempuh dengan menggunakan beberapa metode analisis. Metode dan analisis data adalah dengan metode analisis deskriptif, ialah analisis yang dilakukan dengan mengeksplorasi data yang diperoleh secara deskriptif. Dalam metode ini, eksplorasi data lebih banyak menggunakan pendekatan kualitatif.

Selain itu untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap penyelenggaraan pendidikan di program studi Muamalat digunakan analisis empiris dengan menggunakan regresi linear berganda dengan estimator *ordinary least square*. Adapun persamaan model *ordinary least square* yang dipergunakan sebagai analisis dalam penelitian ini adalah:

$$Y_i = \alpha_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \beta_4 X_{4i} + \varepsilon_i$$

Dimana

Y_i adalah tingkat kepuasan mahasiswa

X_{1i} adalah kurikulum

X_{2i} adalah tenaga pengajar

X_{3i} adalah sarana fisik pembelajaran

X_{4i} adalah pelayanan akademik

Koefisien β_1 disebut angka pengganda jangka pendek atau *short run multiplier* karena menjelaskan perubahan nilai sekarang Y akibat perubahan nilai sekarang X. Jika perubahan X sama dengan perubahan sebelumnya maka $(\beta_0 + \beta_1)$ adalah perubahan nilai rata-rata Y satu periode berikutnya atau disebut angka pengganda antara atau *intermediate multiplier*. Setelah dilakukan pengolahan regresi menggunakan model *ordinary least square*, perlu dilihat apakah model tersebut baik atautkah jelek, atau dalam bahasa statistik perlu dilihat *goodness of fit* dari model tersebut. Untuk melihat *goodness of fit* dari model dengan melihat pada hasil t statistik, F statistik, koefisien determinasi (R^2).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan dapat terlihat bahwa hubungan antara kurikulum, tenaga pengajar, sarana fisik, dan pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa dapat ditulis sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Kepuasan} &= -0,842 + 0,0434 \text{ Kurikulum} + 0,0157 \text{ Pengajar} \\ t &\quad (-4,346) \quad (5,846) \quad (2,654) \\ &+ 0,0215 \text{ Sarana} + 0,0691 \text{ Pelayanan} \\ &\quad (3,532) \quad (9,963) \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil pengolahan tersebut didapat nilai konstanta sebesar -0,842, hal ini memberikan makna apabila diasumsikan kurikulum, tenaga pengajar, sarana fisik dan pelayanan sangat tidak memadai bagi kegiatan belajar mengajar, maka akan terjadi ketidakpuasan pada mahasiswa di lingkungan program studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebesar 84,2%.

Kemudian didapatkan koefisien kurikulum sebesar positif 0.0434, tanda positif memberikan makna bahwa terdapat hubungan yang positif antara kurikulum dengan tingkat kepuasan mahasiswa, yaitu apabila kurikulum semakin baik maka akan meningkat pula kepuasan mahasiswa. Makna nilai koefisien memberikan arti apabila terjadi perbaikan kurikulum dan mata kuliah maka akan terjadi kenaikan kepuasan mahasiswa sebesar 4,34%. Untuk variabel pengajar didapatkan nilai koefisien sebesar positif 0,0157. Tanda positif memberikan makna bahwa

terdapat hubungan positif antara kualitas tenaga pengajar dengan kepuasan mahasiswa, yaitu apabila kompetensi dan kualitas tenaga pengajar ditingkatkan maka akan meningkat pula kepuasan mahasiswa. Makna nilai koefisien ialah apabila terjadi peningkatan kompetensi tenaga pengajar maka akan mampu menaikkan kepuasan mahasiswa sebesar 1,57%.

Definisi kurikulum adalah seperangkat rencana dan pengaturan yang mengenai tujuan, isi dan bahan pelajaran serta cara-cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu (Tim PEKERTI-AA PPSP LPP Universitas Sebelas Maret, 2007: 8). Kurikulum bukan sekedar daftar matakuliah yang dijabarkan ke dalam silabus yang dapat diambil langsung dari daftar isi buku. Kurikulum seyogyanya mencakup filosofi (visi dan misi), tujuan pendidikan dan kandungan program studi. Kurikulum juga harus memuat dampak yang direncanakan dari hasil pembelajaran, yang berupa kompetensi, untuk masa kini dan masa yang akan datang. Kurikulum juga harus memuat metode pembelajaran, metode penilaian dan evaluasi, dan keahlian sumberdaya yang diperlukan.

Untuk variabel sarana fisik didapatkan nilai koefisien sebesar positif 0,0215. Tanda positif memberikan makna bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas sarana fisik dengan kepuasan mahasiswa, yaitu apabila sarana fisik telah semakin meningkat kualitasnya maka akan meningkat pula kepuasan mahasiswa. Makna nilai koefisien ialah apabila terjadi peningkatan kualitas sarana fisik pembelajaran maka akan mampu menaikkan kepuasan mahasiswa sebesar 2,15%. Untuk variabel pelayanan di program studi Muamalat didapatkan nilai koefisien sebesar positif 0,0691. Tanda positif memberikan makna bahwa terdapat hubungan positif antara pelayanan program studi dengan kepuasan mahasiswa, yaitu apabila pelayanan di program studi semakin baik maka akan meningkat pula kepuasan mahasiswa. Makna nilai koefisien ialah apabila terjadi peningkatan pelayanan di program studi maka akan mampu menaikkan kepuasan mahasiswa sebesar 6,91%.

Kemudian persamaan ini dilakukan *goodness of fit* dari model yang meliputi pengujian t statistik, uji F dan koefisien determinasi. Pertama akan dilakukan uji t yang bertujuan untuk melihat pengaruh setiap variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil pengolahan E-views versi 5 untuk konstanta didapat nilai t sebesar -4,364 dan untuk variabel kurikulum didapat nilai t sebesar 5,846, sementara untuk variabel pengajar didapat nilai t sebesar 2,654. Kemudian bagi variabel sarana didapat nilai t sebesar 3,532 dan untuk variabel pelayanan didapat nilai t sebesar 9,963. Karena uji t tersebut memperoleh hasil pengujian yang signifikan, maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara individu baik variabel kurikulum, tenaga pengajar, sarana fisik pembelajaran dan pelayanan di program studi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan mahasiswa secara individu.

Selanjutnya dilakukan uji F yang bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan pengolahan data menggunakan E-views versi 5 didapatkan hasil nilai F sebesar 349,3590, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji F adalah signifikan yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel bebas (kurikulum, tenaga pengajar, sarana fisik pembelajaran, dan pelayanan) mempengaruhi variabel terikat (kepuasan).

Kemudian dilihat besaran koefisien determinasi (R^2), namun mengingat seringkali penggunaan koefisien determinasi sering bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, karena sifat dari koefisien determinasi yang *non decreasing function*. Sehingga yang dipergunakan untuk interpretasi ialah adjusted R^2 . Dimana didapatkan nilai adjusted R^2 sebesar 0,875034, hal ini berarti bahwa Kepuasan Mahasiswa program studi Muamalat dipengaruhi oleh kurikulum, tenaga pengajar, sarana fisik pembelajaran dan pelayanan di program studi sebesar 87,5% dan sisanya 12,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel

yang terdapat dalam model seperti biaya kuliah, pelayanan di akademik, pelayanan keuangan dan berbagai faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan mahasiswa.

Berdasarkan berbagai pengujian di atas menandakan bahwa semakin tinggi kualitas dan memadai variabel kurikulum, tenaga pengajar, sarana fisik pembelajaran dan pelayanan di program studi maka akan mampu meningkatkan kepuasan mahasiswa lebih besar. Karena secara definisi kepuasan dapat diartikan sebagai evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Dalam lingkungan perguruan tinggi pelanggan yang harus dilayani oleh program studi ialah mahasiswa. Apabila mahasiswa mendapatkan pelayanan yang melebihi harapannya, maka mahasiswa akan puas terhadap pelayanan yang diterimanya. Sebaliknya apabila mahasiswa mendapatkan pelayanan yang di bawah harapannya, maka akan terjadi ketidakpuasan di kalangan mahasiswa.

Apabila dikaitkan dengan teori pemasaran, kepuasan konsumen adalah pandangan individu atas kinerja dari suatu produk dan atau jasa terkait dengan apa yang diharapkannya dari produk dan atau jasa tersebut. Konsep dari kepuasan konsumen adalah fungsi dari harapan konsumen atas suatu produk dan atau jasa. Seorang konsumen yang mendapatkan pelayanan di bawah harapan yang ingin dicapainya atas produk tersebut akan merasa tidak puas, begitu pula sebaliknya apabila ia mendapatkan pelayanan yang melebihi apa yang diharapkannya akan merasa sangat puas dan senang, bahkan akan melakukan pembelian ulang atas produk tersebut. Dalam penelitian ini, mahasiswa merupakan konsumen yang harus dilayani oleh pihak perguruan tinggi.

Selain itu Kotler (1997) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai:

"satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations"

Jadi kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan yang menjadi harapan pelanggan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang atau gembira.

Sedangkan definisi kepuasan menurut Engel (1994) bahwa:

"kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan"

Kepuasan pelanggan menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian (*dis-confirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Nilai bagi pelanggan ini dapat diciptakan melalui atribut-atribut pemasaran perusahaan yang dapat menjadi unsur-unsur stimuli bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian. Jika pembelian yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya atau mampu memberikan kepuasan, maka di masa datang akan terjadi pembelian ulang. Bahkan lebih jauh lagi, konsumen yang puas akan menyampaikan rasa kepuasannya kepada orang lain, baik dalam cerita (*word of mouth*), atau memberikan rekomendasi.

Ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa disingkat dengan TERRA, yaitu (Kotler dan Keller, 2006):

1. *Tangible* (berwujud)
Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat.
2. *Empathy*
Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen sampai dengan level terbawah harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.
3. *Responsiveness* (cepat tanggap)
Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen.
4. *Reliability* (keandalan)
Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen.
5. *Assurance* (kepastian)
Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Apabila kelima elemen TERRA di atas diperhatikan, diharapkan akan memberi kepuasan kepada konsumen. Kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance* (kinerja) dan *expectation* (harapan)

$$S = f(E, P)$$

Dimana:

S = *satisfaction* (kepuasan)

E = *expectation* (harapan)

P = *perceived performance* (kinerja)

Jika jasa atau barang yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka akan terdapat kepuasan dan sebaliknya akan timbul rasa kecewa. Bila kenikmatan yang diperoleh konsumen melebihi harapannya, maka konsumen akan betul-betul puas, dan akan diadakan pembelian ulang serta memberi rekomendasi kepada rekan-rekannya. Dalam hal ini penting sekali arti *customer delivered value* (nilai yang diterima oleh pelanggan) yaitu selisih antara *total customer value* (total nilai yang didapat oleh konsumen) dengan *total customer cost* (total biaya yang dibayar oleh seseorang untuk memperoleh jasa).

Sehingga dalam hal ini, apabila pihak perguruan tinggi dalam hal ini ialah program studi Muamalat (Ekonomi Islam) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta harus mampu memberikan pelayanan jasa yang terbaik kepada mahasiswa agar mahasiswa mampu tercapai kepuasannya. Hal ini berimplikasi pada jangka panjang akan menambah jumlah mahasiswa yang hendak mendaftar pada program studi bersangkutan, karena efek berantai (*word of mouth*) yang efektif.

Sebab berdasarkan kuesioner yang disebarakan sebagian besar mahasiswa Program Studi Muamalat mengatakan bahwa sebanyak 52% mendapatkan informasi mengenai program studi berasal dari kerabat baik orang tua, saudara maupun teman. Kemudian sebanyak 4,5% mahasiswa mengetahui informasi mengenai program studi berasal dari media cetak. Dan sebanyak 3% mahasiswa mengetahui informasi berasal dari media elektronik. Serta 25% mahasiswa mendapatkan informasi tentang program studi dari internet. Selanjutnya sebanyak 4% mahasiswa mendapatkan informasi berasal dari kunjungan ke sekolah. Dan 3% mahasiswa mendapatkan informasi berasal dari dosen ataupun karyawan UIN. Serta 8,5% mendapatkan informasi dari berbagai tempat yang lain seperti dari guru di sekolah maupun brosur yang dibagikan.

Hasil ini memperkuat hasil temuan Samosir (2005) bahwa kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan perpustakaan di Universitas Sumatera Utara (USU). Sedangkan secara parsial dimensi kehandalan, daya tanggap, empati, dan bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan dimensi jaminan tidak berpengaruh secara signifikan. Serta hasil penelitian yang dilakukan oleh Giantari, dkk (2008) bahwa ada 14 variabel yang memberikan kepuasan kepada mahasiswa yaitu kenyamanan ruang kuliah, fasilitas ruang kuliah, kebersihan ruang kuliah, prosedur pelayanan yang cepat, penanganan urusan administrasi dengan cermat, karyawan cepat tanggap melayani mahasiswa, kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa, kesigapan PA dalam melayani mahasiswa, kemampuan para dosen dalam menyampaikan materi perkuliahan, keterampilan pegawai administrasi dalam bekerja, jaminan nilai UAS tepat waktu, pemberian ujian her yang tepat waktu dan ketepatan dosen mengajar di kelas.

Prasetyaningrum (2009) dengan menggunakan pendekatan *structural equation modeling* (SEM) dengan *maximum likelihood estimation* didapatkan kesimpulan bahwa loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel pembelajaran melalui variabel kepuasan mahasiswa. Loyalitas mahasiswa juga dapat dibangun dari variabel kualitas pelayanan melalui variabel kepuasan mahasiswa. Hasil penelitian ini juga membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Statistik deskriptif yang telah didapat berasal dari sebaran kuesioner, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan. *Pertama*, aspek kurikulum, secara umum kurikulum telah sesuai dengan perkembangan keilmuan dan telah cukup terjadi *link and match* antara mata kuliah yang diajarkan dengan praktik yang terjadi di industri keuangan syariah. *Kedua*, dari sisi tenaga pengajar, tenaga pengajar program studi Muamalat telah memiliki kompetensi yang cukup memadai serta jelas dan lugas dalam melaksanakan pembelajaran di kelas dan selalu melakukan *up-date* dalam keilmuan. Serta materi yang diajarkan sesuai dengan silabus yang telah diberitahukan pada awal perkuliahan. Kemudian dosen praktisi pun cukup memiliki kompetensi yang memadai dalam melakukan pengajaran. *Ketiga*, Dari sisi sarana fisik pembelajaran, secara umum mahasiswa menilai masih banyak sarana fisik pembelajaran yang kurang memadai bagi kegiatan belajar mengajar baik dari sisi ruang kuliah, literatur di perpustakaan, laboratorium praktik, fasilitas wi-fi, fasilitas toilet maupun fasilitas sarana ibadah. *Keempat*, Dari sisi pelayanan di program studi, secara umum mahasiswa menilai prosedur pengurusan akademik di program studi masih kurang sesuai dalam membantu mahasiswa. Serta penerapan sistem AIS yang masih baru, sehingga diperlukan proses adaptasi baik dari sisi mahasiswa maupun tenaga pengajar
2. Secara umum terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel kurikulum, tenaga pengajar, sarana fisik pembelajaran, pelayanan di program studi dengan tingkat kepuasan mahasiswa. Semakin meningkat kualitas variabel bebas tersebut (kurikulum, tenaga pengajar, sarana fisik pembelajaran, dan pelayanan) maka akan semakin meningkat pula tingkat kepuasan mahasiswa. Sehingga program studi Muamalat (ekonomi Islam) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik atas variabel-variabel tersebut agar kepuasan mahasiswa dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Ratna Novi dan Moh. Asikin. 2009. "Kepuasan Mahasiswa terhadap Proses Perkuliahan di FMIPA Unnes". *Lembaran Ilmu Pendidikan Jilid. 39*, No. 2, Desember 2009, hlm. 132-140
- Effiyaldi. 2008. "Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Perpustakaan STIKOM Dinamika Bangsa". *Jurnal Media Akademik STIKOM Dinamika Bangsa*, Vol. 2, No. 1, Februari 2008, hlm. 68-76
- Engel, James F, et.al. 1994. *Perilaku Konsumen* (terj) jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Giantari, I Gusti Ayu Ketut, dkk. 2008. "Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Proses Belajar Mengajar di Program Diploma III FE UNUD". *Buletin Studi Ekonomi Universitas Udayana*, Volume 13, No. 1 tahun 2008, hlm. 52-66
- Kotler, Philip dan Kevin L Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran* (terj) **Nama Penerjemahnya** jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset: Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Ndendo, Roland Tangu dan Hotniar Siringoringo. 2007. "Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan PSMA On-line Pada Universitas Gunadarma". *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek dan Sipil)* 21-22 Agustus 2007, Vol. 2, Universitas Gunadarma, hlm. A9-A15
- Prasetyaningrum, Indah Dwi. 2009. *Analisis Pengaruh Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus pada Undaris Ungaran)*. Tesis S2 (tidak dipublikasikan)
- Samosir, Zurni Zahara. 2005. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU". *Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 1, No. 1, Juni 2005, hlm. 28-36
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for Business*. New York: John Wiley & Son, Ins.
- Srinadi, I Gusti Ayu Made dan Desak Putu Eka Nilakusmawati. 2008. "Faktor-faktor Penentu Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Fakultas Sebagai Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di FMIPA, Universitas Udayana)". *Cakrawala Pendidikan*, November 2008, Th. XXVII, No. 3, hlm. 217-231
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno, " Reorientasi Pengembangan Kurikulum di Perguruan Tinggi ", *Jurnal AKADEMIKA*, Vol. 1 No. 1, Januari 2009, diterbitkan oleh Universitas Negeri Solo (UNS).
- Tim PEKERTI-AA PPSP LPP Universitas Sebelas Maret. 2007. *Panduan Pengembangan Kurikulum*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.