

BAB I

PENDAHULUAN

1.A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) saat ini dibutuhkan persaingan yang lebih baik dalam memajukan sebuah organisasi, dalam hal inimanajemen sumber daya manusia merupakan aktivitas-aktivitas yang berperan penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perguruan Tinggi (PT) merupakan suatu civitas akademisi yang bergerak dalam bidang pendidikan dan ilmu pengetahuan serta teknologi. Handayani, Keban, & Ratminto (2003) menyatakan bahwa Perguruan Tinggi (PT) merupakan suatu organisasi yang melibatkan berbagai elemen-elemen salah satunya adalah sumber daya manusia (SDM)).

Sadili Samsudin (2006) mengemukakan bahwa sumber daya manusia merupakan faktor pertama dan utama dalam proses pembangunan dan pencapaian tujuan organisasi. Apabila di dalam organisasi sudah memiliki modal besar, teknologi canggih, sumber daya alam melimpah namun tidak ada sumber daya manusia yang dapat mengelola dan memanfatkannya maka tidak akan mungkin dapat meraih keberhasilan dalam mencapai tujuan organisasi. Oleh sebab itulah pentingnya peran sumber daya manusia dalam organisasi itu sangat diperlukan sebagai unsur utama dan unsur pengendali keberhasilan organisasi.

Veithzal Rivai (2003) juga mengatakan bahwa sumber daya manusia adalah seorang yang siap, mau dan mampu memberi sumbangan usaha pencapaian tujuan organisasi. Selain itu sumber daya manusia merupakan salah satu unsur masukan (*input*) yang bersama unsur lainnya seperti modal, bahan, mesin dan metode/teknologi diubah menjadi proses manajemen menjadi keluaran (*output*) berupa barang atau jasa dalam usaha mencapai tujuan perusahaan.

Peranan manajemen sumber daya manusia menurut Hasibuan (2013) adalah menetapkan jumlah, kualitas, dan penempatan tenaga kerja yang efektif sesuai dengan kebutuhan perusahaan berdasarkan *job description*, *job specification*, dan *job evaluation*. Selain itu juga menetapkan penarikan, seleksi, dan penempatan karyawan berdasarkan asas *the right man in the right job*, menetapkan program kesejahteraan, pengembangan, promosi, dan pemberhentian, meramalkan penawaran dan permintaan sumber daya manusia pada masa yang akan datang. Itulah yang menjadi peran penting sumber daya manusia. Beberapa kesempatan pengembangan sumber daya manusia memang sangat perlu diperhatikan lebih serius lagi.

Menurut Abdurahmat Fathoni (2006) sumber daya manusia merupakan modal dan kekayaan yang terpenting dari setiap kegiatan manusia. Manusia sebagai unsur terpenting mutlak dianalisis dan dikembangkan dengan cara tersebut. Waktu, tenaga dan kemampuannya benar-benar dapat dimanfaatkan secara optimal bagi kepentingan organisasi, maupun bagi kepentingan individu.

Sumber daya manusia dalam suatu organisasi pada dasarnya hanyalah suatu cara atau metode dalam mengelola sumber daya manusia agar dapat mendukung dalam pencapaian tujuan organisasi, melalui upaya-upaya yang dapat mengembangkan kompetensi sumber daya manusia menjalankan peran dan tugasnya dalam suatu organisasi, oleh karena itu tujuan dari manajemen sumber daya manusia adalah memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya manusia dalam organisasi untuk bekerja dengan baik dalam mewujudkan tujuan organisasi, termasuk *service excellent*. Menurut Wherther dan Davis (1993), hal ini juga dibutuhkan oleh perguruan tinggi yang mana sumber daya di perguruan tinggi (tenaga pegawai) harus bisa mewujudkan tujuan organisasi (lembaga pendidikan) melalui *service excellent*. Pernyataan yang sebelumnya di dukung oleh ungkapan Rektor UII Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan akan sangat menentukan keberhasilan sebuah perguruan tinggi dalam bersaing, keunggulan dalam kompetisi antar perguruan tinggi ke depan juga akan ditentukan oleh kualitas layanan di luar kelas (Humas UII, 2015).

Kasmir (2017) mengungkapkan bahwapelayanan prima atau *service excellent* merupakan pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan pada pelanggan dan akan mampu mempertahankan pelanggan yang ada (lama). Hal yang senada juga dikemukakan oleh Cravens (dalam Handayani, dkk., 2003) yang mengemukakan bahwa untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi, diperlukan adanya pemahaman tentang apa yang diinginkan oleh konsumen, dengan mengembangkan komitmen setiap orang yang ada dalam lembaga untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Seperti yang sudah

dijelaskan sebelumnya bahwa penjelasan seperti kualitas pelayanan di luar kelas seperti layanan informasi akademik, layanan kemahasiswaan, dan layanan terkait lainnya yang juga dibutuhkan oleh perguruan tinggi untuk bisa membuat para mahasiswa puas dalam pendidikannya.

Lebih jauh dijelaskan oleh Hasan, Illias, Rahman, & Razak (2008) dalam lingkungan akademik yang kompetitif saat ini, mahasiswa memiliki banyak pilihan yang tersedia untuk mereka, faktor-faktor yang memungkinkan lembaga pendidikan untuk menarik dan mempertahankan mahasiswa harus dipelajari secara serius. Institusi pendidikan tinggi, yang ingin mendapatkan keunggulan kompetitif di masa depan, mungkin perlu mulai mencari cara yang efektif dan kreatif untuk menarik, mempertahankan, dan membina yang tujuannya untuk kepuasan mahasiswa. Ditambahkan oleh Sasongko (dalam Mazkur & Khuzanir 2019) bahwa kepuasan mahasiswa adalah sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan lembaga pendidikan tinggi karena adanya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dibandingkan dengan kenyataan yang diterimanya .

Handayani, dkk., (2003) berpendapat bahwa tuntutan masyarakat terhadap peningkatan mutu perguruan tinggi (PT) ditandai oleh pilihan masyarakat berdasarkan pertimbangan “baik” atau “tidak baiknya” perguruan tinggi yang bersangkutan. Gambaran tersebut merupakan cerminan kebutuhan, keinginan dan harapan masyarakat terhadap mutu perguruan tinggi. Cravens (dalam Handayani, dkk., 2003) mutu pendidikan akan tercapai manakala pihak pendidikan tinggi konsisten terhadap standar, spesifikasi dan model-model pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan masyarakatnya mulai program studi

diploma hingga tingkat *doctoral*. Keberhasilan fakultas sebagai unit kerja dalam perguruan tinggi sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan, dimana pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan, dalam hal ini adalah mahasiswa. Salah satu faktor penentu keberhasilan kerja (pencapaian tujuan institusi) adalah institusi memiliki karyawan/pegawai yang berkualitas, dimana karyawan tersebut memegang peranan penting dalam rangka mencapai tujuan institusi.

Pegawai menurut Mardiasmo (2011) adalah orang pribadi yang bekerja pada pemberi kerja baik sebagai pegawai tetap atau pegawai tidak tetap/tenaga kerja lepas berdasarkan perjanjian atau kesepakatan kerja baik secara tertulis maupun tidak tertulis, untuk melaksanakan suatu pekerjaan dalam jabatan atau kegiatan tertentu dengan memperoleh imbalan yang dibayarkan berdasarkan periode tertentu, penyelesaian pekerjaan atau ketentuan lain yang ditetapkan pemberi kerja, termasuk orang pribadi yang melakukan pekerjaan dalam jabatan negeri atau badan usaha milik negara atau badan milik daerah.

Pegawai menurut Robbins (2006) adalah orang pribadi yang bekerja pada pemberi kerja, baik sebagai pegawai tetap atau tidak, berdasarkan kesepakatan kerja baik tertulis maupun tidak tertulis, untuk melaksanakan suatu pekerjaan dalam jabatan atau kegiatan tertentu yang ditetapkan oleh pemberi kerja. Dalam hal ini SDM yang dimiliki oleh universitas swasta yang dimaksud, adalah dosen dan pegawai. Menurut undang undang Nomor 14 tahun 2005 tentang guru dan dosen, dosen adalah pendidik profesional dan ilmuwan dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarkan ilmu pengetahuan,

teknologi, dan seni melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

Penyelenggaraan pendidikan selanjutnya mencermati kualitas pelayanan. Kegiatan pendidikan tidak hanya diorientasikan pada hasil akhir proses pendidikan, melainkan juga melalui pembuktian akuntabilitas yang baik meliputi jaminan kualitas (*quality assurance*), pengendalian kualitas (*quality control*), dan perbaikan kualitas (*quality improvement*) (Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi, 1998). *Service excellent* didefinisikan sebagai teknik untuk menganalisis jurang/*gap* yang terjadi pada performa kualitas pelayanan perusahaan/organisasi dengan kebutuhan kualitas pelayanan pelanggan. Selain memberikan kepuasan pelanggan, pelayanan prima bertujuan memberi kepercayaan bagi pelanggan, menjaga pelanggan merasa diperhatikan akan kebutuhan dan keinginannya, serta menjaga dan menumbuhkan loyalitas pelanggan Rahmayanti (2014).

Pengertian yang sama diajukan oleh Rangkuti (2017) bahwasannya *service excellent* merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan. Pelayanan Prima (*service excellent*) adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (dalam hal ini mahasiswa). *Service excellent* atau pelayanan prima ini juga harus menjadi bagian penting bagi karyawan atau pegawai yang bekerja, khususnya di tempat dimana penelitian ini dilakukan yaitu di Universitas HKBP Nommensen Medan.

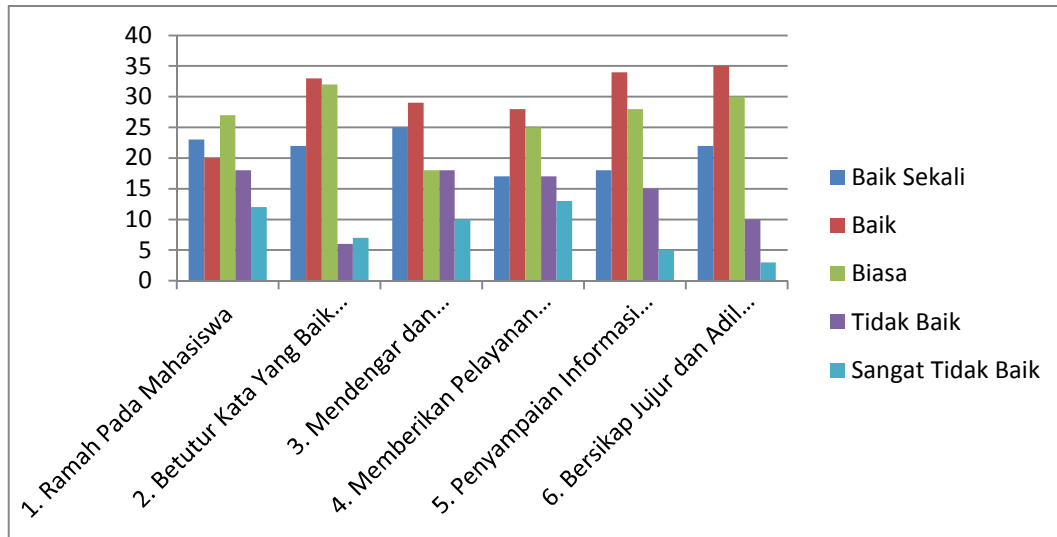
Keberadaan *service excellent* yang bisa dirasakan oleh mahasiswa akan menjadi sebuah pencapaian yang sangat positif bagi Universitas HKBP Nommensen Medan sebagaimana salah satu dimensi dari *service excellent* yang dikemukakan oleh Kasmir (2017) yaitu daya tanggap (*responsivness*), merupakan keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, hal ini dapat kita lihat dari perilaku pegawai dalam melayani mahasiswa, contoh perilakunya adalah pegawai harus tanggap dalam membantu urusan akademik mahasiswa salah satunya dalam pengurusan beasiswa, inilah yang juga bisa disebut dengan nilai cordial Universitas HKBP Nommensen Medan. Dalam hal ini Nilai ibadah "melayani bukan untuk dilayani" (Markus 10:45). Artinya, dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi harus bersahabat melayani bukan untuk dilayani.

Peneliti dalam penelitian ini mencoba untuk mendeskripsikan data yang menunjukkan bagaimana kualitas pelayanan prima (*service excellent*) di Universitas HKBP Nommensen Medan. Hasil dari data yang didapatkan diambil dari pusat sistem informasi (PSI) Universitas HKBP Nommensen Medan, kemudian diolah dan didapatkan 6 data angka yang terdapat aspek dari *service excellent*.

Data ini merupakan hasil penilaian 60 mahasiswa dari berbagai fakultas yang ada di Universitas HKBP Nommensen Medan, pada bulan November 2019 terhadap pegawai dalam melakukan tugasnya di beberapa fakultas khususnya di Universitas HKBP Nommensen Medan yang dibuat dalam bentuk pengisian angket/skala secara online.

Gambar 1.1. Data Survey Mahasiswa Sumber Pusat Sistem Informasi (PSI)

Universitas HKBP Nommensen Medan



Data diagram pada gambar 1.1. diatas menunjukkan bagaimana pelayanan (*Service Excellent*) yang diberikan oleh pegawai atau staff kepada mahasiswa. Pada grafik nomor 1 hasil yang dapat kita lihat dari penilaian mahasiswa pada penilaian tidak baik dan sangat tidak baik sebesar 30%, pada grafik nomor 3 hasil yang dapat kita lihat dari penilaian mahasiswa pada penilaian tidak baik dan sangat tidak baik sebesar 28%, dan pada grafik nomor 4 hasil yang dapat kita lihat dari penilaian mahasiswa pada penilaian tidak baik dan sangat tidak baik sebesar 30%. Menurut Rendy, Oroh, & Roring (2015) penilaian ini akan menentukan tindakan selanjutnya. Mahasiswa yang tidak puas akan memiliki kemungkinan mengambil tindakan untuk meninggalkan atau transfer ke kampus lain, sedangkan mahasiswa yang puas akan bereaksi menyatakan positif tentang jasa yang diterimanya.

Penilaian pada penelitian ini mengfokuskan pada hasil penilaian yang bersifat ‘tidak baik’ dan ‘sangat tidak baik’, dan inilah sedikit gambaran bagaimana tuntutan dalam menghadapi mahasiswa oleh pegawai dalam pekerjaannya. Selain peneliti memperoleh informasi di atas peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu mahasiswa tentang *service excellent* di Universitas HKBP Nommensen Medan menyatakan sebagai berikut:

“Iya bang disini saya sangat tidak puas dengan pelayanan pegawainya, contohnya pengalaman saya bang ketika saya mengurus surat yang berhubungan dengan beasiswa kadang waktu yang dibilang untuk mengambil suratnya tidak tepat waktu siapnya dan ini sering kali terjadi ketika saya mengurus berkas-berkas di TU.” (Komunikasi Personal I.S Fakultas Sosial Humaniora)

“Ketika kami mengeluhkan ada beberapa masalah dalam akademik yang berhubungan dengan penyelesaian surat-surat mereka yang bekerja di bagian tata usaha langsung menunjukan sikap untuk menyelesaikan dengan cepat masalahnya. Mereka mengatakan jangan sampai akademik terganggu perkara hal-hal kecil. Menurut saya begitu sih bang”. (Komunikasi personal P.Z Fakultas Sains)

“Para pegawai di sini ketika kami mencoba untuk mengeluhkan masalah kami, malah ada respon yang tidak enak di dengar. Ada yang marah-marah bahkan ada yang pernah memaki kecil. Entah kenapa seperti itu saya pun tidak tahu. Dari situlah saya jadi kurang respect dengan pegawai yang bekerja di sini.” (Komunikasi personal S.M Fakultas Sains)

“Selama saya kuliah di sini saya merasa senang dengan pelayanan yang ada disini. Mereka merespon apa yang saya keluhkan dengan baik dan menunjukkan komunikasi yang menurut saya sangat beretika, biar pun kami hanya mahasiswa. Ya, kalau saya cukup senanglah bang saat pegawai di sini bisa menyampaikan komunikasi dengan positif.” (Komunikasi Personal E.D Fakultas Sosial Humaniora)

Berdasarkan hasil wawancara beberapa narasumber diatas menyebutkan bahwa pelayanan di Universitas HKBP Nommensen Medan ada yang puas dan kurang puas dalam pelayanannya, hal ini dapat dilihat dari dimensi dalam *service excellent*, dimana terdapat pada dimensi kehandalan, daya tanggap dan empati. Peneliti mengambil fokus pada *service excellent* dengan tujuan pada pendidikannya. Penelitian ini sesuai dengan penelitian Khan dan Matlay (2009) yang berjudul "*Implementing service excellence in higher education*" hasil awal menunjukkan bahwa penerapan keunggulan layanan membangun hubungan langsung antara tenaga kerja dan strategi kompetitif yang sukses untuk bersaing secara efisien dan memastikan kepuasan pelanggan baik internal maupun eksternal. Budaya institusional yang kuat yang menghargai pelanggan internal dapat membantu mencapai tenaga kerja yang termotivasi, kesetiaan, kinerja tinggi, inovasi, dan keunggulan kompetitif institusional yang khas.

Hasil yang muncul dari studi penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan keunggulan layanan menjadi semakin penting dalam upaya untuk bersaing secara efektif dan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, proses keunggulan layanan adalah cara di mana keterampilan dan kapasitas karyawan dapat dimanfaatkan sepenuhnya untuk mencapai standar kualitas yang lebih tinggi dalam pengelompokan organisasi maupun institusional. Dalam mencapai keunggulan layanan dalam pendidikan tinggi, bidang intervensi utama yang disarankan oleh Gilthorpe (dalam Khan & Matlay 2006) harus diatasi, termasuk rekrutmen, induksi, pelatihan, perhatian, dukungan, penghargaan,

pengakuan, mendengarkan pelanggan dan manajemen menghabiskan waktu membuat proses lebih menarik.

Selanjutnya Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Rinala, Yudana, dan Natajaya (2013), yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali”* dengan responden sebanyak 200 orang, diperoleh hasil, bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan akademik terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Hal ini memperoleh pengertian bahwa variabel kualitas pelayanan akademik berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Loyalitas mahasiswa yang tinggi tidak dapat langsung diperoleh dengan memberikan kualitas pelayanan akademik yang baik saja, namun harus dievaluasi juga kepuasan mahasiswa mereka. Kepuasan yang tinggi tentunya akan berdampak kepada loyalitas yang tinggi pula. Loyalitas mahasiswa, tercermin dalam perilaku-prilaku seperti turut menjaga citra atau nama baik dan merekomendasikan hal-hal yang positif terhadap orang lain selama mahasiswa tersebut mengikuti proses pendidikan maupun setelah melalui proses pendidikan.

Penelitian selanjutnya sesuai dengan hasil penelitian Khuzaini dan Maskur (2019) yang berjudul *“Dimensi Pelayanan Pada Perguruan Tinggi : Studi Pada Mahasiswa Pascasarjana”* dengan responden sebanyak 82 orang mahasiswa, diperoleh hasil bahwa dimensi kualitas pelayanan merupakan ukuran untuk mengevaluasi kualitas pelayanan jasa. Penelitian ini bermaksud untuk mengeksplorasi penggunaan indikator/dimensi kualitas pelayanan di bidang

pendidikan tinggi khususnya pada mahasiswa magister. Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa seluruh item yang digunakan mampu menjelaskan masing-masing indikator.

Penelitian dari Hassan, Illias, Rahman, dan Razak (2008) yang berjudul “*Service Quality and Student Satisfaction: A Case Study at Private Higher Education Institutions*” dengan responden sebanyak 200 mahasiswa, diperoleh hasil bahwa kualitas layanan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan siswa. Jadi untuk mengkonfirmasi apa yang dicoba disarankan oleh literatur lain di sini, yaitu dengan meningkatkan kualitas layanan, maka berpotensi meningkatkan kepuasan siswa juga dan itu adalah prioritas lembaga tinggi swasta karena fakta bahwa mereka harus bersaing untuk mendapatkan minat dari siswa untuk belajar di sana. Penting untuk memverifikasi di sini bahwa dari analisis regresi, dua dimensi dalam empati dan jaminan kualitas layanan adalah faktor paling penting dalam menjelaskan kepuasan siswa. Apa pun yang dilakukan untuk meningkatkan empati dan jaminan dalam kualitas layanan karenanya akan membantu siswa untuk memberikan yang lebih baik evaluasi untuk kepuasan mereka.

Dari uraian diatas peneliti memperoleh informasi bahwa *service excellent* di Universitas HKBP Nommensen Medan masih tergolong rendah yang berdampak pada tingkat kepuasan mahasiswa dalam menerima pelayanan yang diberikan pegawai. Selain itu juga gambaran *service excellent* yang rendah pada pegawai akan memiliki dampak dalam mencapai tujuan organisasi yang meliputi visi dan misi Universitas HKBP Nommensen Medan. Dari beberapa

fenomena yang peneliti temukan sebelumnya membuat peneliti tertarik untuk melihat gambaran sebenarnya pelayanan prima (*service excellent*) yang diaplikasikan oleh pegawai untuk melayani berbagai keluhan dan kebutuhan mahasiswa dan juga berfungsi untuk mendukung proses berjalannya sebuah organisasi.

I.B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *service excellent* pada pegawai di Universitas HKBP Nommensen Medan?

I.C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran *service excellent* pada pegawai di Universitas HKBP Nommensen Medan.

I.D. Manfaat Penelitian

D.1. Manfaat teoritis

Di harapkan dalam penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi bagi dunia psikologi dan khususnya psikologi industri dan organisasi, pada umumnya tentang gambaran *service excellent* pada pegawai di salah satu universitas swasta di medan. Selain hal tersebut, pembahasan ini juga di harapkan dapat memperkaya sumber pustaka psikologi dan juga di harapkan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang masih berhubungan dengan permasalahan tersebut.

D.2. Manfaat Praktis

D.2.1. Pegawai

Di harapkan bagi pegawai dapat menjadi masukan dalam memberikan pelayanan yang terbaik terhadap mahasiswa khususnya dalam bidang akademik, agar dapat mencapai target di institusi pendidikan atau yayasan.

D.2.2. Bagi Instansi

Dapat bermanfaat dalam memberikan sumbangan pemikiran dan saran bagi instansi untuk memberikan pengembangan pelatihan *service excellent* yang terbaik dan bermanfaat bagi pihak instansi baik itu rektorat maupun yayasan dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang akan di ambil terkait visi dan misi Universitas HKBP Nommensen Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.A. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

A.1. Pengertian Pelayanan Prima

Menurut Kasmir (2017) pelayanan prima atau *service excellent* merupakan pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan pada pelanggan dan akan mampu mempertahankan pelanggan yang ada (lama). Demikian pula layanan dalam suatu organisasi atau perusahaan (pelayanan antar karyawan dan pimpinan). Dunia bisnis ini, persaingan antar penjual sangat ketat. Hal inilah yang menyebabkan para penjual harus memberikan servis yang memuaskan kepada pelanggannya, karena jika tidak memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan akan beralih pada tempat yang lainnya.

Kesuksesan suatu usaha atau perusahaan atau suatu organisasi sangatlah tergantung dari berbagai faktor yang mendukungnya. Secara umum dikatakan bahwa faktor yang paling utama mempengaruhinya adalah sumber daya manusia (pimpinan dan karyawan) yang dimiliki, sumber pendanaan (modal), strategi pemasaran dan teknologi yang digunakan. Artinya, tanpa sumber daya manusia yang baik, tentu seluruh kegiatan yang dijalankan akan sulit untuk dicapai. Dalam mempertahankan ekstensinya didunia bisnis, perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan serta kualitas pelayanan yang diberikan pada

customer. Pelayanan Prima (*Excellent Service*) dalam perusahaan merupakan salah satu persyaratan dasar untuk bertahan dan berkembang dalam dunia bisnis. Hal ini disebabkan karena kepuasan konsumen akan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Menurut Barata (2003), pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/ perusahaan. Menurut Iqbal (dalam Dhevy 2013) *service excellence* adalah pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan. Pelayanan Prima (*service excellence*) adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, *service excellence* merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah di tentukan (Rangkuti, 2017).

Berdasarkan dari beberapa teori yang telah diutarakan sebelumnya dapat di pahami bahwa *service excellent* merupakan pelayanan yang baik dan memuaskan yang diberikan kepada pelanggan (konsumen, pemimpin, pegawai dan lain-lain sebagainya). Pelayanan dimaksud berfungsi dalam mempertahankan dan menarik perhatian pelanggan agar menggunakan jasa dan barang dari perusahaan atau institusi.

A.2. Dasar-Dasar Pelayanan

Menurut Kasmir (2017) dasar-dasar pelayanan yang perlu dikuasai oleh *costumer service* sebelum melakukan tugasnya adalah mengingat karakter masing-masing nasabah yang sangat beragam. Untuk itu suatu pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan, yaitu:

- a) Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih. Artinya petugas *costumer service* mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik.
- b) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyuman.
- c) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal. Pada saat nasabah datang *costumer service* harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebut namanya.
- d) Tenang, sopan, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap dan menghormati tamu serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginannya.
- e) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar. Dalam berkomunikasi dengan pelanggan gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang dikeluarkan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.

- f) Jangan menyela atau memotong pembicaraan. Pada saat pelanggan sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan pelanggan.
- g) Mampu meyakinkan pelanggan atau nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen yang masuk akal. Petugas *costumer service* harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.
- h) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.

A.3.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan

Munurut Kasmir (2017) pada dasarnya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan adalah memiliki tujuan yang sama yaitu bagaimana memuaskan pelanggan. Hanya saja jika produk yang ditawarkan berbeda, maka pelayanan yang diberikan disesuaikan dengan jenis produk yang ditawarkan.

Dalam praktiknya pemberian pelayanan yang terbaik kepada pelanggan atau nasabah bukan merupakan suatu hal yang mudah, mengingat banyak kendala yang akan dihadapi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Artinya, dalam memberikan pelayanan banyak faktor yang terbaik kepada pelanggan harus dilakukan sungguh-sungguh dengan memerhatikan faktor-faktor utama dengan faktor pendukungnya.

Faktor utama yang mempengaruhi sukses tidaknya pelayanan adalah sumber daya manusianya. Dimana peranan manusia (pegawai dan pimpinan) yang melayani pelanggan merupakan faktor utama, karena hanya dengan manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka, sekalipun pelayanan dapat dilakukan dengan menggunakan mesin, misalnya pelayanan anjungan tunai mandiri (ATM) atau mesin penjualan lainnya atau menggunakan sarana internet.

Kasmir (2017) mengutarakan pada dasarnya pelayanan yang diberikan oleh manusia dipengaruhi oleh hal-hal berikut ini :

1. Jumlah tenaga kerja.
2. Kualitas tenaga kerja (pengetahuan dan keterampilan).
3. Motivasi karyawan.
4. Kepemimpinan.
5. Budaya organisasi.
6. Kesejahteraan karyawan.
7. Lingkungan kerja dan faktor lainnya.

A.4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Leonard L. Barry, A. Parasuraman dan Zeithaml dkk (dalam Tjiptono 2011) yaitu :

- a) Bukti langsung (*tangibles*), menyangkut fasilitas dan peralatan fisik serta penampilan karyawan yang profesional.
- b) Keandalan (*reability*), adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara cepat, akurat dan memuaskan.

- c) Daya tanggap (*responsivness*), merupakan keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d) Jaminan (*assurance*), hal ini mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- e) Empati (*emphaty*), hal ini mencakup tingkat perhatian secara personal kepada pelanggan yang biasa didapat melalui komunikasi yang baik ataupun pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.

A.5. Tujuan dan Manfaat Pelayanan

Kasmir (2017) mengutarakan bahwa dalam persaingan bisnis yang sangat ketat ini, konsumen memiliki berbagai alternatif dalam memenuhi kebutuhannya. Produk (baran atau jasa) tersedia begitu beraneka ragam dengan berbagai keunggulan yang dijanjikan. Secara rasional konsumen akan menggunakan produk yang dapat memaksimalkan manfaat yang didapatkan dari pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam kondisi seperti ini perusahaan menjadi tergantung pada pelanggannya sehingga perusahaan harus berusaha untuk memahami harapan pelanggannya, merealisasikan harapan tersebut dalam produk yang dihasilkan sehingga konsumen mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhannya, dengan demikian tujuan, perencanaan, strategi dan operasional perusahaan harus terfokuskan kepada pelanggan. Semakin tinggi kemampuan untuk memenuhi harapan/keinginan pelanggan, semakin tinggi pula potensi perusahaan untuk mendapatkan laba yang lebih besar, pasar yang lebih luas, pertumbuhan dan perkembangan usaha yang signifikan

Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima (*service excellence*) pada sektor publik bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik dan terbaik. Kepuasan pelanggan adalah kunci sukses dalam bisnis. Tentu saja tujuan ini dapat dicapai salah satunya dengan pelayanan prima (*service excellent*). Pelayanan prima adalah bagaimana pelanggan merasa nyaman dan mudah dalam setiap proses pelayanan yang diberikan.

A.6. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik (Berkualitas)

Menurut Kasmir (2017) Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Artinya pelanggan akan merasa puas dan terus menambah transaksi atau konsumsinya dari waktu ke waktu. Kemampuan memberikan kepuasan ini ditunjukkan oleh kemampuan sumber daya manusia dalam melayani dan ketersediaan sarana serta prasarana yang dimiliki guna menunjang pelayanan tersebut. Kebanyakan pelanggan selalu menginginkan pelayanan yang diterimanya dapat memberikan kepuasan seperti apa yang diinginkan. Artinya setiap kebutuhan dan keinginan yang diterima sesuai dengan harapannya, sekalipun adanya pelanggan yang tidak begitu memedulikan kualitas pelayanan, untuk jenis pelanggan yang kurang memedulikan kualitas pelayanan, pihak karyawan tetap memberikan standar pelayanan yang sama, karena pada akhirnya pelanggan jenis ini pun menginginkan pelayanan yang berkualitas.

Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk mengataan cirri-ciri pelayanan yang baik. Secara umum pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya secara terus-menerus. Artinya standard layanan yang diberikan tidak berubah dan terus meningkat dari waktu ke waktu. Hanya saja dalam praktiknya sering kali pelayanan yang diberikan tidak standard sehingga akan mengurangi pelayanan itu sendiri yang disebabkan oleh berbagai faktor.

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Pertama, pelayanan yang baik dipengaruhi oleh faktor manusia (karyawan) yang memberikan pelayanan tersebut. Manusia yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara cepat, tepat dan sempurna. Disamping itu, karyawan harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah tamah, dan bertanggung jawab penuh terhadap pelanggannya. Kemudian kedua, pelayanan yang baik juga harus di ikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan. Prasarana dan sarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini sehingga pada akhirnya sarana dan prasarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula. Jadi dapat dikatakan kedua faktor saling menunjang satu sama lainnya, artinya kedua faktor ini harus saling mendukung untuk memberikan pelayanan yang optimal.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir (2017) yang harus diikuti oleh manajemen dalam melayani pelanggan atau nasabah yaitu:

1. Tersedia Karyawan yang Baik

Kenyamanan pelanggan atau nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus berikap ramah, sopan, dan menarik dalam melayani pelanggan. Disamping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar dalam membaca suasana. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati pelanggan sehingga pelanggan tertarik untuk bertansaksi.

2. Tersedia Sarana dan Prasarana yang Baik

Untuk melayani pelanggan hal yang paling penting diperhatikan selain kualitas dan kuantitas sumber daya manusia juga sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.

3. Bertanggung Jawab Kepada Setiap Nasabah Sejak Awal Hingga Selesai

Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Pelanggan akan merasa puas jika pelanggan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang

diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka karyawan yang dari semula mengerjakannya segera mengambil alih tanggung jawabnya.

4. Mampu Melayani Secara Cepat dan Tepat

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani pelanggan diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur yang ada. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standard perusahaan dan keinginan pelanggan.

5. Mampu Berkomunikasi

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap pelanggan atau nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan pelanggan. Kemudian karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan sekali kali menggunakan istilah yang sulit dimengerti, karena akan mengakibatkan kesalahpahaman dengan pelanggan.

6. Memberikan Jaminan Kerahasiaan Setiap Transaksi

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan pelanggan atau nasabah terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi pelanggan.

7. Memiliki Pengetahuan dan Kemampuan yang Baik

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas karyawan selain berhubungan dengan manusia, maka karyawan perlu dididik khususnya

mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi pelanggan atau nasabah atau kemampuan dalam bekerja. Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan.

8. Berusaha Memahami Kebutuhan Pelanggan

Berusaha memahami kebutuhan pelanggan artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggan. Karyawan yang lamban akan membuat pelanggan bosan dan marah. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan secara cepat, dengan cara mendengar terlebih dahulu keinginannya.

9. Mampu memberikan Kepercayaan Kepada Pelanggan

Kepercayaan calon pelanggan kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon pelanggan may menjadi pelanggan perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga pelanggan yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan karyawan khususnya dan seluruh karyawan perusahaan pada umumnya.

II.B.Pegawai

B.1. Pengertian Pegawai

Menurut Robbins (2006) pegawai adalah “orang pribadi yang bekerja pada pemberi kerja, baik sebagai pegawai tetap atau tidak, berdasarkan kesepakatan kerja baik tertulis maupun tidak tertulis, untuk melaksanakan suatu pekerjaan dalam jabatan atau kegiatan tertentu yang di tetapkan oleh pemberi kerja”. Menurut Soedaryono (dalam Anggreni 2016) pegawai adalah “seseorang

yang melakukan penghidupan dengan bekerja dalam kesatuan organisasi baik kesatuan pemerintah maupun kesatuan kerja swasta”.

Pegawai adalah mereka yang bekerja pada suatu badan usaha, atau perusahaan, baik swasta maupun pemerintah, dan diberikan imbalan kerja sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, baik yang bersifat harian, mingguan, maupun bulanan (Siswanto, 1987). Dalam penelitian ini pegawai dapat juga disebut dengan tenaga kependidikan menurut Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2016 yang menyatakan bahwa tenaga kependidikan adalah anggota masyarakat yang mengabdikan diri dan diangkat untuk menunjang penyelenggaraan pendidikan.

Berdasarkan beberapa pengertian pegawai sebelumnya maka pegawai merupakan seseorang yang bekerja pada kesatuan organisasi, badan usaha baik pemerintah maupun swasta, baik sebagai pegawai tetap ataupun tidak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam hal ini pegawai akan diberikan imbalan atau upah kerja sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, untuk melaksanakan suatu pekerjaan dalam jabatan yang ditetapkan oleh pemberi kerja.

B.2. Peranan Serta Fungsi Pegawai

Peranan pegawai adalah keterlibatan mereka dalam sebuah perencanaan, sistem, proses dengan segala kegiatannya dalam usaha mencapai hasil guna dan daya guna yang efektif dan efisien, sesuai dengan harapan perusahaan yang bersangkutan. Penjelasan ini sesuai dengan teori *Bottom Up* yang diungkapkan oleh Elmore (1978), Lipsky (1971), Berman (1978), Herjn dan Porter (1978).

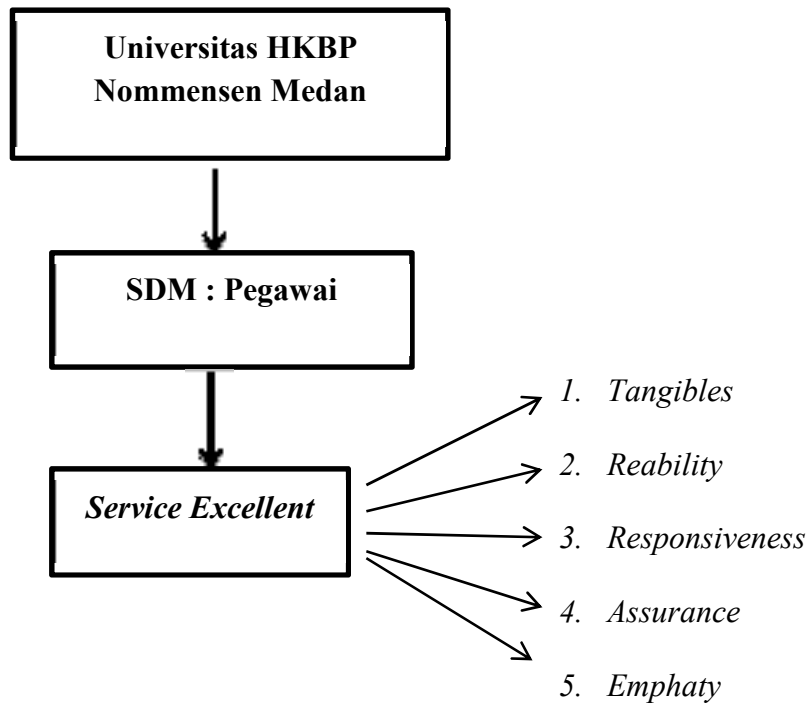
Menurut Soedarjadi (2009) pegawai dalam intitusi memiliki fungsi dan peranan yang harus dilaksanakan yaitu :

1. Melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas dan perintah yang diberikan.
2. Menjaga ketertiban dan keamanan di lingkungan pinstitusi demi kelangsungan institusi.
3. Bertanggung jawab pada hasil produksi.
4. Menciptakan ketenangan kerja di institusi sebagai pegawai.

Sebagai pegawai di sebuah institusi harus memiliki kemampuan tinggi dan pengalaman yang dapat menjaga tanggung jawabnya terutama yang berhubungan dengan konsumen/mahasiswa. Salah satu tugasnya yaitu memberikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan konsumen/mahasiswa. Seperti hubungan antara pemimpin dan bawahan, sehingga manajemen akan bertindak pasif dalam menerima atau mempercayai apa yang disarankan oleh pegawai yang telah memiliki pengalaman dan keterampilan tinggi dalam memecahkan serta mengatasi permasalahan.

II.C. Kerangka Konseptual

Gambar 1.2. Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif menurut Martono (2010) adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Pembahasan pada bagian metode penelitian ini akan diuraikan mengenai identifikasi variabel penelitian, defenisi operasional, subjek yang meliputi populasi, metode pengumpulan data, validitas, reliabilitas dan dan analisis data.

III.A. Identifikasi Variabel Masalah

Dalam penelitian kualitatif deskripsi ini, peneliti hendak melihat gambaran *service excellent* pada pegawai di Universitas HKBP Nommensen Medan. Dimana yang menjadi variabel adalah *service excellent*. Berdasarkan telaah pustaka, maka peneliti menetapkan variable dalam penelitian ini adalah *service excellent*.

III.B. Defenisi Operasional

Defenisi operasional penelitian merupakan batasan dari variabel-variabel yang secara kongkrit berhubungan dengan realitas dan merupakan manifestasi dari hal-hal yang akan diamati dalam penelitian.

Service excellent adalah kemampuan untuk memberikan penampilan yang professional sesuai dengan operasional, kemampuan untuk memberikan pelayanan secara cepat pada saat adanya masalah adminitrasi kampus, kemampuan untuk

memberikan pelayanan secara tepat sesuai dengan peraturan kepegawaian, kemampuan untuk memberikan jaminan sifat yang bisa dipercaya, dan kemampuan untuk memberikan perhatian dalam melayani konsumen. Variabel ini diukur dengan menggunakan teori yang dikembangkan oleh Leonard L. Barry, A. Parasuraman dan Zeithaml dkk (dalam Tjiptono 2011) dalam hal ini dimensi *service excellent*.

III.C. Populasi dan Sampel

C.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau sampel yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2017). Dimana populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas HKBP Nommensen Medan. Dimana populasi penelitian berjumlah 8137 orang (data 10 Februari 2020), yang terdiri dari mahasiswa aktif.

Populasi adalah sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian (Arikunto, 2002). Dari populasi ini kemudian diambil contoh dan sampel yang diharapkan dapat mewakili populasi. Populasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas HKBP Nommensen Medan.

C.2. Sampel.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel ini merupakan jenis *Probability sampling* yaitu, *Cluster Random Sampling*, teknik pengambilan sampel ini mengambil sampel dengan menggunakan kelompok ataupun dalam hal ini kategori fakultas. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini di tentukan berdasarkan rumus, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

e :*Margin of eror*

Berdasarkan data yang telah di peroleh maka sampel penelitian adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{8.137}{1 + 8.137(0,05)^2}$$

$$n = \frac{8.137}{1+8.137 (0,0025)}$$

$$n = \frac{8.137}{1+20.3425}$$

$$n = \frac{8.137}{21.3425}$$

$$n = 381.258053$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, sampel yang di ambil adalah sebanyak 381 orang. Dalam hal ini peneliti akan mengambil perwakilan mahasiswa setiap fakultas dengan proporsi sebanyak 38 orang per fakultas.

III.D.Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data utama adalah dengan metode survey dengan menggunakan skala psikologi sebagai alat ukur untuk mengungkapkan aspek-aspek psikologis. Skala yang dilakukan dalam penelitian ini adalah skala Likert, yaitu skala yang berisi pernyataan-pernyataan sikap (*attitude statement*), (Arikunto, 2002).

D.1.Skala likert

Dalam skala Likert ini terdiri dari 5 alternatif jawaban, yakni sangat setuju (SS), setuju (S), netral, tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Adapun kriteria penilaiannya bergerak dari 5,4,3,2,1 untuk jawaban yang *favourable* dan 1,2,3,4,5 untuk jawaban *unfavorable*.

Tabel 1. Respon Skala

JAWABAN	SS	S	N	TS	STS
Favorable	5	4	3	2	1
Unfavorable	1	2	3	4	5

D.2. Penyusunan Skala

D.2.a. *Service Excellent*

Dalam pengukuran *service excellent* karyawan peneliti menggunakan dimensi yang dikemukakan oleh Tjiptono & Chandra (2011). Dalam penelitian ini terlebih dahulu melakukan uji coba alat ukur, uji coba ini dilakukan pada hari Sabtu, 1 Agustus 2020. Uji coba alat ukur ini dilakukan di beberapa universitas di kota Medan. Waktu yang digunakan peneliti dalam proses selama uji coba alat ukur dilakukan selama 6 hari dimana dalam hal ini dilakukan secara online dengan menggunakan google form, kemudian peneliti mengolah data yang diberikan responden dengan menggunakan *SPSS for Windows Release 17*.

Tabel 2. Distribusi Item Skala *Service Excellent* Sebelum Uji Coba

Aspek	Favorabel	Unfavorable	Jumlah
Bukti langsung/ <i>tangibles</i>	1, 3, 5, 7, 9	2, 4, 6, 8, 10	10 aitem
Kehandalan/ <i>realibility</i>	11, 13, 15, 17, 19	12, 14, 16, 18, 20	10 aitem
Daya tanggap/ <i>responsivness</i>	21, 23, 25, 27, 29	22, 24, 26, 28, 30	10 aitem
Jaminan/ <i>assurance</i>	31, 33, 35, 37, 39	32, 34, 36, 38, 40	10 aitem
Empati/ <i>emphaty</i>	41, 43, 45, 47, 49	42, 44, 46, 48, 50	10 aitem
Total	25 aitem	25 aitem	50 aitem

Dari hasil perhitungan komputerasi melalui program *SPSS for Windows Release 17*, peneliti mendapatkan hasil reliabilitas untuk skala *service excellent* pegawai sebesar 0.886 dan terdapat 26 aitem yang gugur meliputi item 2,5,6,8,10, 12,13,14,15,18,21,22,26,27,28,29,30,31,36,38,39,40,42,44,45,48. Sehingga blueprint setelah uji coba adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Distribusi Item Skala *Service Excellent* Setelah Uji Coba

Aspek	Favorabel	Unfavorable	Jumlah
Bukti langsung/ <i>tangibles</i>	1, 3, 7, 10	2	5 aitem
Kehandalan/ <i>realibility</i>	4, 6, 8	9, 11	5 aitem
Daya tanggap/ <i>responsivness</i>	5, 12	13	3 aitem
Jaminan/ <i>assurance</i>	14, 16, 18	15, 20	5 aitem
Empati/ <i>emphaty</i>	17, 19, 21, 23	22, 24	6 aitem
Total	16 aitem	8 aitem	24 aitem

III.E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Suatu proses pengukuran ditujukan untuk mencapai objektifitas hasil yang tinggi. Salah satu cara yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang tinggi tersebut adalah melalui pemilihan alat ukur dengan derajat validitas dan reliabilitas yang mencukupi.

E.1. Validitas Alat Ukur

Azwar (2010) mengatakan bahwa validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Lebih lanjut dijelaskan bahwa untuk mendapatkan hasil yang lebih konsisten, digunakan teknik komputasi korelasi antara setiap item dengan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah skor internal yaitu skor total alat ukur yang bersangkutan. Dengan menggunakan *content validity* berdasarkan isi dari item yang akan dilakukan untuk mengetahui item-item yang sudah dikerjakan. Konsistensi internal didapat dengan mengkorelasikan antara skor pada masing-masing item dengan skor total dengan menggunakan bantuan dari pembimbing (*profesional judgment*).

E.2. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas dari suatu alat ukur diartikan sebagai keajegan atau konsistensi dari alat ukur yang pada prinsipnya menunjukkan hasil-hasil yang relative tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama Azwar, (2004). Azwar (2004) mengatakan, semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, sebaiknya koefisien yang semakin rendah mendekati angka 0,00 berarti semakin rendah reliabilitasnya.

E.3. Diskriminasi Item

Azwar (2004) mengatakan bahwa item yang dianggap baik dan memenuhi syarat adalah item yang memiliki daya diskriminasi $> 0,30$ dan sebaiknya item yang $< 0,30$ diinterpretasikan sebagai item yang memiliki daya diskriminasi mudah, yang artinya item tersebut tidak sesuai untuk digunakan untuk mencapai tujuan penelitian, perhitungan validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program analisis reliabilitas dengan program SPSS *for windows release 17*.

III.F. Teknik Analisa Data

Analisis data dilakukan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan kesimpulan untuk mendapai tujuan penelitian. Adapun metode statistik yang akan digunakan untuk menguji hipotesis dan menganalisa gambaran *service excellent* pada pegawai di Universitas HKBP Nommensen Medan adalah analisis data deskriptif dengan metode statistik deskriptif.

F.1. Uji Statistik Deskriptif

Analisis data deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subyek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti dan tidak dimasukkan untuk pengujian hipotesis (Azwar, 2012).

Adapun rumus statistik deskriptif presentase adalah sebagai berikut :

$$\text{Presentase Skor} = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan

n = Jumlah skor jawaban responden

N = Jumlah skor jawaban ideal

F.2. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya skor variabel *service excellence*. Uji normalitas sebaran data penelitian menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov*. Data dikatakan terdistribusi normal jika harga $p > 0,05$.

