

ABSTRAK

Semakin ketatnya persaingan mengharuskan setiap bidang jasa termasuk Perguruan Tinggi (PT) memiliki kualitas layanan yang lebih baik daripada bidang jasa sejenis yang lain. Karena itu, PT harus menyadari perlu adanya suatu perubahan yang signifikan dan berkesinambungan bagi kelangsungan PT tersebut di masa yang akan datang dengan memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Salah satu PT yang tidak terlepas oleh situasi persaingan global ini adalah Universitas Surabaya (UBAYA), Surabaya. Melalui penelitian ini akan dilakukan analisis kualitas UBAYA yang berhubungan dengan *image* UBAYA berdasarkan sudut pandang siswa SMU sebagai calon mahasiswa yang merupakan *input* terbesar universitas. Hasil analisis kualitas tersebut nantinya digunakan untuk menentukan perbaikan yang akan dilakukan selanjutnya.

Dari hasil survei awal pada 159 responden untuk Indonesia Bagian Timur dan 450 responden Jawa Timur (Rosawan dkk.) diketahui *image* UBAYA dari sudut pandang siswa SMU, yaitu siswa SMU Jawa Timur memandang UBAYA berkualitas & terakreditasi, PTS yang terletak di Surabaya dan biaya mahal sedangkan siswa SMU Indonesia Bagian Timur memandang UBAYA mahal, pendidikan bagus dan terkenal. Dari *image-image* diatas dapat dilihat ada *image* yang baik dan ada *image* yang buruk terhadap UBAYA. Selain itu dari survei awal juga diketahui bahwa ada 66 variabel persyaratan pelanggan yang dicari oleh calon mahasiswa dalam memilih universitas. Dari hasil survei awal, dikembangkan sebuah kuesioner yang disebut juga *Kano Survey*, yang didistribusikan kepada 415 orang siswa SMU kelas 3 yang ada di Jawa Timur dan Indonesia Bagian Timur. Di samping itu juga dilakukan pengumpulan data sekunder berupa sejarah dan gambaran umum UBAYA serta struktur organisasi UBAYA.

Melalui analisis Kano, ke-66 variabel tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam *grade* berikut: *Attractive/A* (variabel yang menarik), *One-dimensional/O* (variabel yang dibandingkan dengan kompetitor), *Must-be/M* (variabel yang sudah seharusnya ada). Pada wilayah Indonesia Bagian timur terdapat 1 variabel M (pengalaman dosen dalam mengajar), 15 variabel O (cara mengajar dosen, lalu lintas keluar masuk kampus, biaya pendidikan) dan 36 variabel A (keramahan dosen, ada tawaran beasiswa, biaya hidup), sedangkan untuk wilayah Jawa timur terdapat 10 variabel O (keamanan dan kenyamanan lingkungan kampus, prospek karir bagus) dan 39 variabel A (kelengkapan perpustakaan, status akreditasi, modernisasi). Setelah diketahui *grade* masing-masing variabel dilakukan analisis *image* dan analisis prioritas perbaikan. Ada 12 variabel jangka pendek dengan *grade attractive* dan *one-dimensional* yang diharapkan bisa diperbaiki yaitu keamanan dan kenyamanan lingkungan kampus, cara mengajar, keramahan serta hubungan dengan dosen, adanya tambahan *soft-skill*, ketersediaan lokasi *hot-spot*, kemudahan membangun jaringan dan studi lanjut ke luar negeri, hubungan lintas angkatan, teman seangkatan yang dikenal sebelumnya dan strategi promosi yang inovatif dan menarik (khusus Indonesia Bagian Timur).

Perbaikan yang diusulkan menggunakan metodologi TRIZ dengan penerapan prinsip yang disesuaikan keadaan variabel tersebut saat ini dan indikasi praktis yang diharapkan. Usulan perbaikannya antara lain adalah memperbanyak kegiatan yang melibatkan dosen dan mahasiswa, pihak Administrasi Sistem Informasi Manajemen dan *Public Relation* saling mendukung dalam memperoleh data, mahasiswa meningkatkan kesadaran dan tingkat kepeduliannya, dan lain lain. Diharapkan dengan usulan perbaikan ini dapat memaksimalkan fungsi kualitas variabel persyaratan pelanggan yang ada di UBAYA dan meminimasi kesan negatif UBAYA sehingga tercipta *image* yang baik (positif) terhadap UBAYA.