LAPORAN MONITORING DAN EVALUASI KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN DAN MITRA KERJASAMA SERTA PEMBANGUNAN ZONA INTEGRITAS PPB UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA TAHUN 2024

#Bangkit
DAN BERDAYA BERSAMA





KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas terselesaikannya penyusunan Laporan Monitoring dan Evaluasi Kepuasan Pengguna Layanan dan Mitra Kerjasama serta Pembangunan Zona Integritas Pusat Pengembangan Bisnis (PPB) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2024. Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban dan tindak lanjut atas pelaksanaan monitoring dan evaluasi kualitas layanan di lingkungan PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam rangka mewujudkan tata kelola Badan Layanan Umum (BLU) yang profesional, akuntabel, dan berorientasi pada kepuasan pengguna layanan.

Survei kepuasan pengguna layanan dan mitra kerjasama ini dilaksanakan sebagai upaya untuk mengetahui persepsi pengguna terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh unit-unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasil survei ini menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan, sekaligus mendukung pelaksanaan pembangunan zona integritas di lingkungan PPB.

Kami menyampaikan terima kasih kepada seluruh pengguna layanan, mitra kerjasama, serta tim yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan survei hingga penyusunan laporan ini. Masukan dan penilaian yang diberikan menjadi bagian penting dalam upaya perbaikan dan pengembangan layanan PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Semoga laporan ini dapat menjadi bahan evaluasi yang konstruktif serta mendorong peningkatan kualitas layanan yang semakin prima, profesional, dan sesuai dengan visi serta misi universitas.

Yogyakarta, 3 Desember 2024

Ketua Pusat Pengembangan Bisnis (PPB)
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

(Dr. Aulia Faqih Rifa'I, M.Kom)
NIP. 198603062011011009

LAPORAN MONITORING DAN EVALUASI KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN & MITRA KERJASAMA SERTA PEMBANGUNAN ZONA INTEGRITAS PPB UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA TAHUN 2024

A. PENDAHULUAN

Survei kepuasan layanan untuk BLU di Kementerian Agama RI memiliki urgensi yang signifikan, yakni: Peningkatan Kualitas Layanan, Akuntabilitas dan Transparansi, Pemenuhan Kebutuhan Pengguna Layanan, Efisiensi Penggunaan Sumber Daya, Meningkatkan Citra dan Kredibilitas, Pemantauan dan Evaluasi, Pemahaman Terhadap Perubahan Kebutuhan Masyarakat.

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai sebuah BLU diharapkan mampu memberikan layanan terbaik kepada seluruh civitas akademika. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai kualitas layanan UIN Sunan Kalijaga, maka perlu dilakukan survei kepuasan dan kualitas layanan. Survei ini digunakan sebagai evaluasi untuk UIN Sunan Kalijaga yang lebih baik kedepannya. Berdasarkan hasil evaluasi survei maka perbaikan yang terus-menerus untuk membawa UIN Sunan Kalijaga sebagai perguruan tinggi yang terus kompetitif, bergerak sesuai dengan visi dan misi universitas.

Salah satu cara untuk mengetahui kualitas layanan dalam bisnis BLU adalah dengan melakukan survei kepuasan layanan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor atau ukuran keberhasilan bagi setiap unit bisnis di Pusat Pengembangan Bisnis (PPB) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan persepsi pihak penyedia layanan, melainkan berdasarkan sudut pandang pelanggannya. Tentunya untuk mengetahui suatu kualitas layanan itu hendaknya diukur dengan metode yang sesuai dengan standar pelayanan profesional.

Selain itu, pemerintah membutuhkan informasi dari unit pelayanan instansi secara rutin, dengan harapan mampu memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan dan dalam rangka pelaksanaan pembangunan zona integritas. Oleh karena itu, PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengadakan survei kepuasan konsumen dan mitra kerjasama secara rutin tiap tahun. Survei ini didasarkan pada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara

Pelayanan Publik dan didasarkan pada Keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 633 Tahun 2020 tentang Pedoman Pelaksanaan Reformasi Birokrasi di Kementerian Agama Republik Indonesia.

Survei kepuasan layanan PPB UIN SUKA menggunakan model SERVQUAL biasanya berkaitan dengan keinginan untuk memahami tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh suatu organisasi atau perusahaan. Model SERVQUAL dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, dan mengidentifikasi lima dimensi utama yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Dimensi tersebut meliputi:

- *Tangibles* (Bukti Fisik): Aspek ini mencakup penampilan fisik fasilitas, peralatan, personel, dan komunikasi visual yang terkait dengan layanan.
- *Reliability* (Keandalan): Fokus pada kemampuan organisasi untuk memberikan layanan yang akurat, konsisten, dan dapat diandalkan.
- *Responsiveness* (Responsif): Mengukur sejauh mana organisasi merespon kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efektif.
- *Assurance* (Jaminan): Menyangkut kemampuan personel dalam memberikan kepercayaan, keyakinan, dan keamanan kepada pelanggan.
- *Empathy* (Empati): Mencakup upaya organisasi untuk memahami dan merespons kebutuhan serta perasaan pelanggan.

Survei ini menggali pendapat masyarakat mengenai pengalaman dalam memperoleh pelayanan pada unit-unit bisnis di lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Survei kepuasan layanan pada survei ini menggunakan metode SERVQUAL dari Parasuraman, Berry, dan Zeithhaml (1993;2002) yang telah disesuaikan dengan objek unit bisnis PPB.

Berdasarkan hasil evaluasi dari survei ini, maka perbaikan yang berkelanjutan terhadap aspek-aspek pelayanan konsumen dan mitra kerjasama UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai Badan Layanan Umum (BLU) yang kompetitif, mandiri, dan bergerak sesuai dengan perkembangan zaman. Namun demikian, pelayanan yang diberikan oleh unit bisnis ini tentu saja masih dijumpai adanya kelemahan dan permasalahan, sehingga kami berharap hasil survei ini dapat menjembatani gap antara harapan konsumen dan mitra kerja dengan pelayanan yang diberikan oleh unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun survei kepuasan pengguna dilakukan setiap tahun secara online melalui formulir online pada link

https://bit.ly/surveyPPB2024 dan https://forms.gle/nngtJpW8FCcoXy2Z8 atau . http://pusatbisnis.uin-suka.ac.id/id/dokumen.

B. LANDASAN TEORI

SERVICE QUALITY (SERVQUAL)

Untuk mengukur Kualitas Layanan kami menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL) dari Parasuraman, Zeithhaml dan Berry yang telah dikembangkan sejak tahun 1980-an. Metode SERVQUAL adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Metode ini dipilih karena sudah robust dan paling banyak digunakan dalam industri jasa. Metode SERVQUAL ini juga terus dikembangkan sampai sekarang dan selalu disesuaikan dengan perkembangan zaman (seperti E-SERVQUAL). Dengan kuesioner ini, kita bisa mengetahui seberapa besar celah (gap) yang ada di antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa. Kuesioner servqual dapat diubah-ubah (disesuaikan) agar cocok dengan industri jasa yang berbeda-beda pula.

Metode servqual memiliki dua perspektif yaitu perspektif internal dan perspektif eksternal. Perspektif eksternal digunakan untuk memahami apa yang diharapkan konsumen, dirasakan konsumen, dan kepuasan konsumen. SERVQUAL meliputi lima dimensi kualitas jasa yaitu; Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Setiap dimensi memiliki beberapa pertanyaan dan dijawab dalam rentang nilai 1 sampai 4, di mana angka 1 mewakili perasaan sangat tidak setuju (strongly disagree) dan angka 7 mewakili perasaan sangat setuju (strongly agree).

a. Aspek Bukti Fisik (Tangible)

Pada aspek ini menunjukkan kemampuan unit bisnis dalam menyediakan teknologi, sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sebagai bukti nyata dari pelayanan yang diberikan PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasil survei menunjukkan bahwa kualitas teknologi (peralatan dan perlengkapan) yang dipergunakan oleh unit bisnis, penataan fasilitas fisik (gedung, ruang layanan, dan lainnya), serta penampilan petugas/karyawan.

b. Aspek Keandalan (Reliability)

Aspek ini menunjukkan kemampuan unit bisnis untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Hasil survei menunjukkan bahwa kemampuan unit bisnis dalam pemecahan masalah yang dihadapi

konsumen dan mitra kerja, ketepatan dalam memenuhi janji, pencatatan transaksi dan reputasi unit bisnis baik. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada aspek keandalan (reliability) sudah baik dan sesuai dengan harapan konsumen dan mitra kerjasama.

c. Aspek Daya Tanggap (Responsiveness)

Aspek daya tanggap menunjukkan kemauan petugas/karyawan unit bisnis untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Secara singkat dapat disimpulkan bahwa petugas unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki kemauan dalam membantu pelanggan dan mitra kerja dengan memberikan layanan dan komunikasi yang baik, serta cepat dan responsive. Namun, kesungguhan petugas dalam membantu konsumen masih perlu ditingkatkan lagi.

d. Aspek Jaminan (Assurance)

Aspek ini menekankan pada jaminan dan kepastian, yaitu kredibilitas, keamanan transkasi, keramahan, dan kemampuan petugas/karyawan unit bisnis untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan dan mitra kerjasama kepada unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Secara singkat, hasil survei ini menunjukkan bahwa unit bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta terbukti telah memberikan jaminan dengan baik untuk kualitas pelayanannya.

e. Aspek Empati (Emphaty)

Pada aspek ini, unit bisnis memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dan mitra, dimana unit bisnis diharapkan memiliki pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan dan menanggapi kiritk & saran yang masuk. Jadi, dapat disimpulkan bahwa unit bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengerti dan memahami kebutuhan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan unit bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada aspek Empati ini sudah baik.

Customer Satisfaction

Untuk mengukur kepuasan konsumen dan mitra kerjasama Pusat Pengembangan Bisnis (PPB) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Kami menggunakan Instrumen *Customer Satisfaction* yang telah dikembangkan Oliver sejak tahun 1990-an. Metode ini dipilih juga karena robust dan masih dianggap terbaik untuk mengukur kepuasan konsumen, karena Oliver mengukur kepuasan dari sisi Kognitif, Afektif dan Atribut Kepuasan.

Dalam Survei Kepuasan Konsumen dan Mitra Kerjasama PPB UIN Sunan Kalijaga terfokus pada tiga hal, yaitu:

- Kepuasan terhadap kinerja masing-masing unit bisnis
- Kepuasan terhadap penggunaan produk, baik berupa barang maupun jasa yang telah diberikan oleh masing-masing unit bisnis
- Kepuasan konsumen dan mitra kerjasama terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh masing-masing unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga.

***Good Government Governance* (GGG)**

PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berorientasi sepenuhnya terhadap pelaksanaan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (*good government governance*). Untuk itu perlu diterapkan pembangunan zona integritas menuju wilayah bebas korupsi dan wilayah birokrasi bersih melayani. Survei pembangunan zona integritas pada unit-unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengacu terhadap survei Zona Integritas Kementerian Agama RI dan Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. Hal ini untuk mengukur persepsi konsumen dan mitra kerjasama PPB UIN Sunan Kalijaga memiliki prosedur pelayanan sudah baik dan tidak berpotensi KKN, petugas tidak memberikan pelayanan di luar prosedur dengan imbalan barang/uang, tidak terdapat praktik percaloan dan pungli, serta petugas tidak diskriminatif terhadap konsumen. Secara umum, meskipun pelayanan pada unit-unit bisnis sudah baik dalam pelayanan bebas korupsi, namun perlu dioptimalkan lagi sampai poinnya maksimal dan tidak ada celah untuk melakukan korupsi.

C. METODOLOGI

Survei Kepuasan Pengguna Layanan & Mitra Kerjasama Dan Pembangunan Zona Integritas PPBUUIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2024 menggunakan metode

penelitian kuantitatif deskriptif. Dengan menggunakan metode survei secara online melalui media Googleform. Link survei disebar kepada civitas akademika UIN Sunan Kalijaga, Alumni, konsumen, dan mitra kerjasama dari PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Metode sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yakni *purposive sampling*. Dengan syarat bahwa responden pernah menggunakan produk barang ataupun jasa dari salah satu dari unit-unit bisnis yang dikelola oleh PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun untuk pengolahan data peneliti dibantu software SPSS dari IBM untuk mengolah data. Mulai dari coding, uji validitas dan reliabilitas instrument, analisis deskriptif responden dan analisis respon persepsi responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan dalam kuesioner.

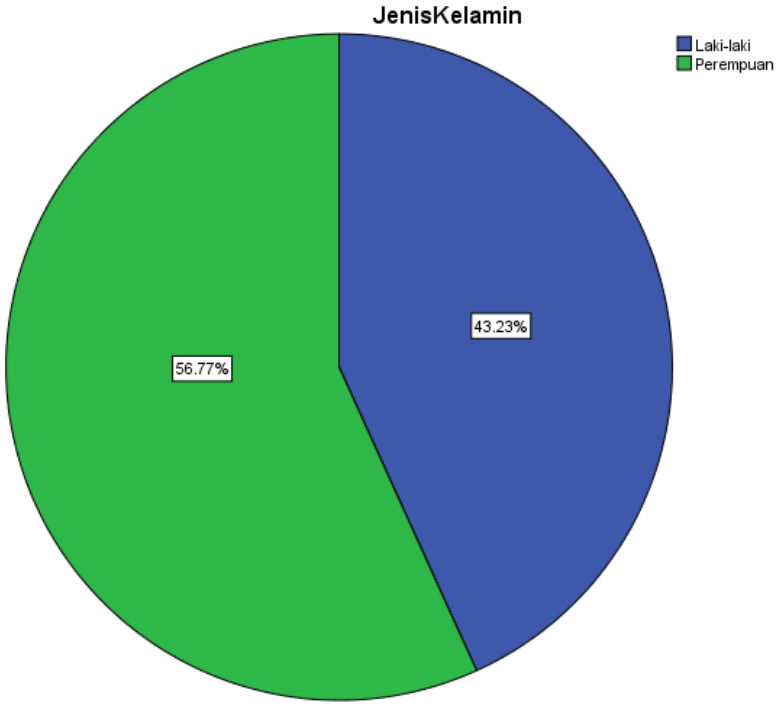
D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden Survei Kepuasan Konsumen dan Mitra Kerjasama

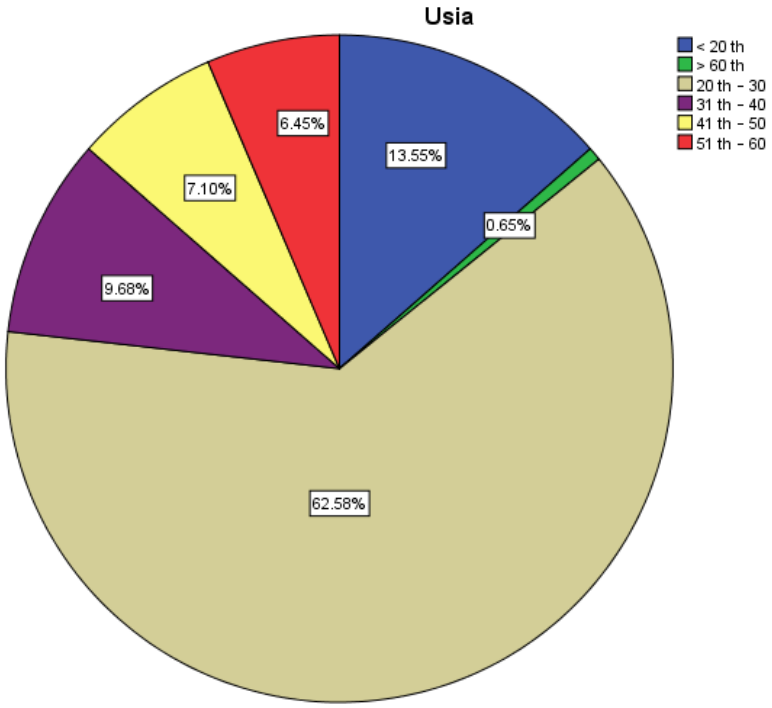
Profil responden survei kepuasan pengguna layanan & mitra kerjasama serta pembangunan zona integritas PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2024 dapat mencakup berbagai aspek untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang pengguna layanan. Berikut adalah beberapa karakteristik yang dapat diambil sebagai pertimbangan untuk profil responden survei. Profil responden yang komprehensif membantu memahami perspektif beragam yang dimiliki oleh pengguna layanan BLU. Dengan informasi ini, hasil survei dapat memberikan wawasan yang lebih kaya dan relevan untuk mendukung perbaikan dan pengembangan layanan yang lebih baik.

Responden dalam survei ini berjumlah 155 orang yang tersebar dari berbagai instansi/fakultas/Lembaga/unit baik internal maupun eksternal UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Berikut merupakan analisis data statistik survei kepuasan konsumen & mitra kerjasama dan pembangunan zona integritas PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Pada Gambar-gambar di bawah ini menjelaskan terkait profil responden dalam survei.

Pada Gambar 1 di bawah menunjukkan persebaran jenis kelamin responden 43,23% Laki-laki (67 orang) dan 56,7% Perempuan (88 orang).



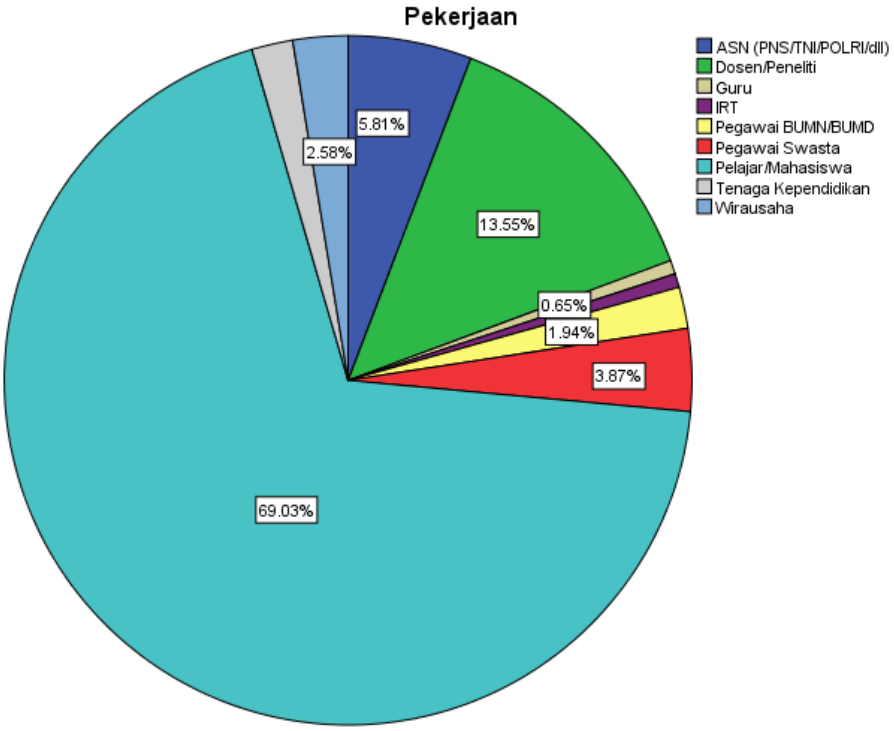
Gambar 1. Jenis Kelamin Responden



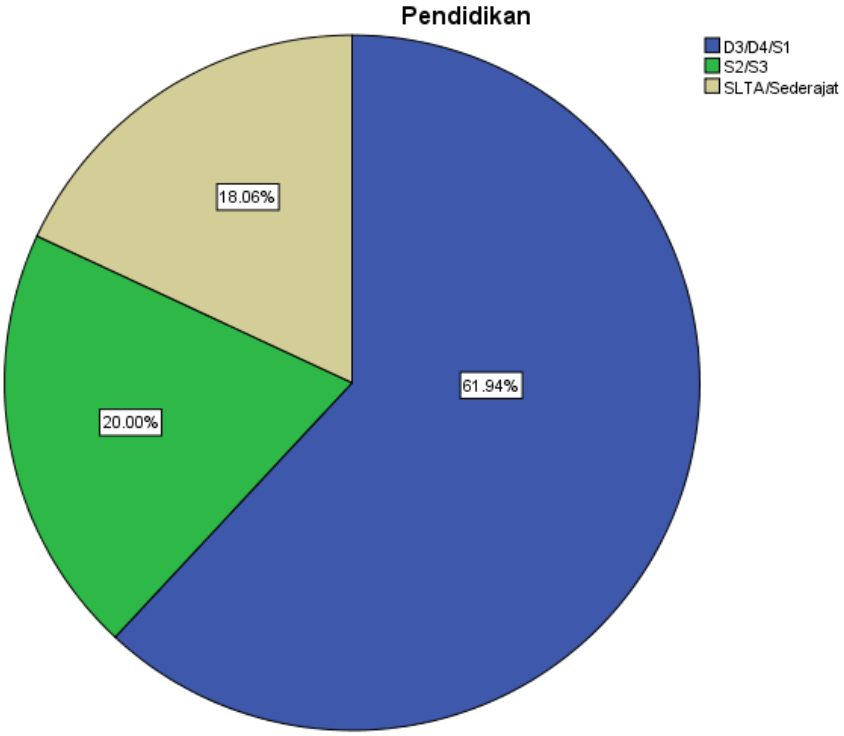
Gambar 2. Usia Responden

Adapun Gambar 2 di atas menunjukkan responden paling banyak berusia 20 th - 30 tahun sebanyak 62,58% (97 orang), kemudian disusul responden

berusia <20 tahun sebanyak 13,55% (21 orang), dilanjutkan responden berusia 31–40 tahun sebanyak 9,68% (15 orang), dan responden berusia 41-50 tahun sebanyak 7,1% (11 orang).

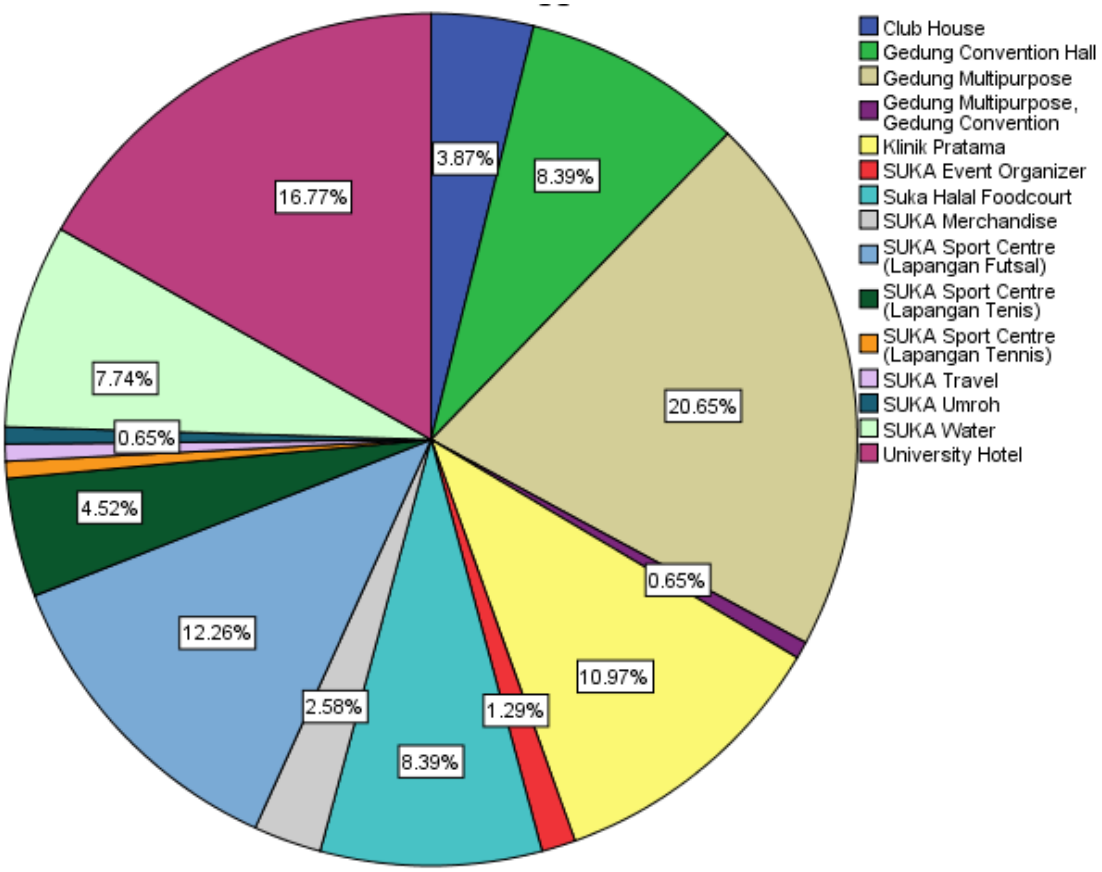


Gambar 3. Pekerjaan Responden



Gambar 4. Tingkat Pendidikan

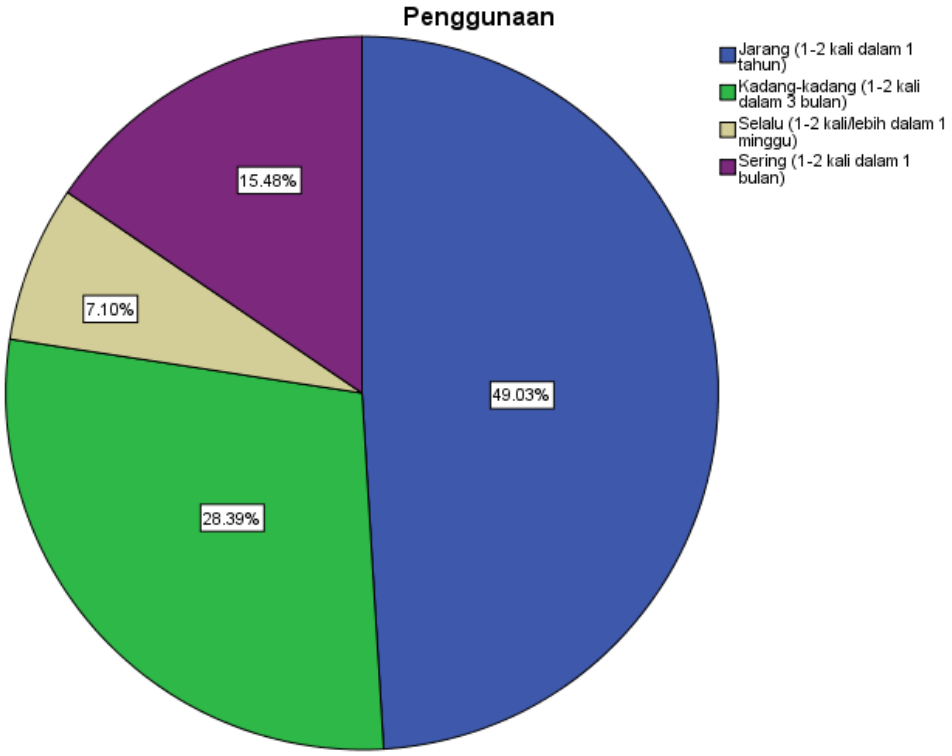
Adapun Gambar 3 di atas menjelaskan kriteria pekerjaan responden dalam survei. Pelajar/Mahasiswa dengan jumlah terbanyak, yakni 69% (107 orang), dilanjutkan oleh Dosen/Peneliti 13,5% (21 orang), kemudian ASN (PNS/TNI/POLRI) sebanyak 5,8% (9 orang). Dilanjutkan dengan Gambar 4 yang menunjukkan kriteria tingkat pendidikan responden paling banyak D3/D4/S1 sebanyak 61,9% (96 orang) dan dilanjutkan S2/S3 sebanyak 20% (31 orang), serta SLTA/Sederajat sebanyak 18,1% (28 orang).



Gambar 5. Layanan Unit Bisnis yang Digunakan Konsumen

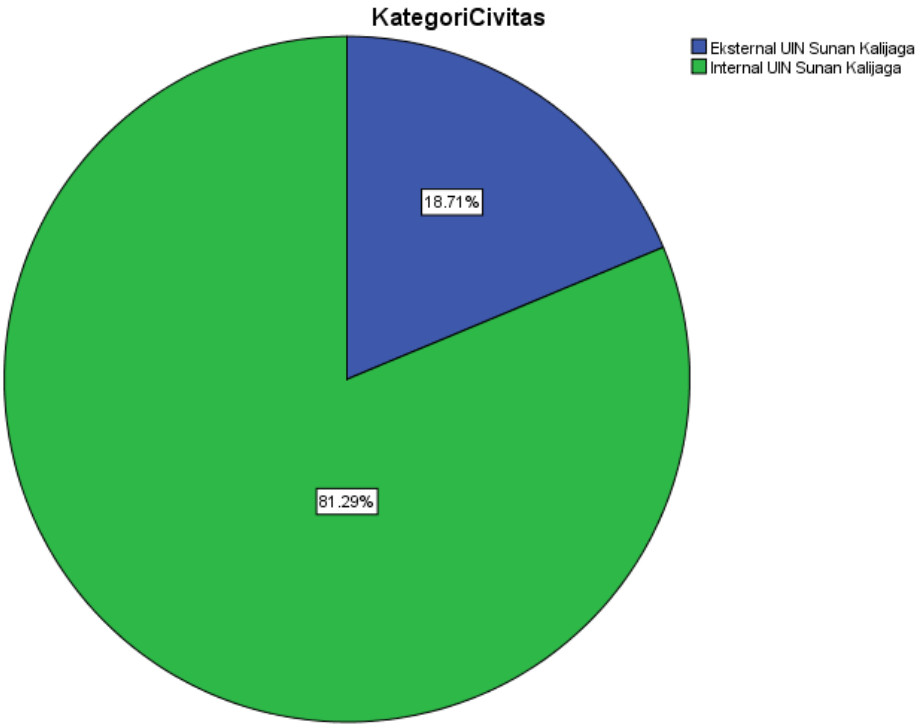
Adapun Gambar 5 di atas menjelaskan kriteria Penggunaan Layanan Unit Bisnis yang dinilai dalam survei. Responden terbanyak berasal dari konsumen Gedung Multipurpose 21,2% (33 orang), kemudian University Hotel 16,8% (26 orang), SUKA Sport Centre (Lapangan Futsal) sebanyak 12,3% (19 orang), dilanjutkan Klinik Pratama sebesar 11% (17 orang), Gedung Convention Hall sebesar 8,4% (13 orang), SUKA Halal Foodcourt 8,4% (13 orang), SUKA Water 7,7% (12 orang) dan kemudian disusul unit-unit bisnis lainnya.

Kemudian Gambar 6 di bawah menunjukkan frekuensi penggunaan layanan unit bisnis paling banyak di kategori Jarang (1-2 kali dalam 1 tahun) sebanyak 49% (76 orang), dilanjutkan kategori Kadang-kadang (1-2 kali dalam 3 bulan) sebanyak 28,4% (44 orang), kemudian kategori Sering (1-2 kali dalam 1 bulan) sebanyak 15,5% (24 orang), dan terakhir kategori Selalu (1-2 kali/lebih dalam 1 minggu) sebanyak 7,1% (11 orang).



Gambar 6. Frekuensi Penggunaan Layanan

Gambar 7 di bawah menunjukkan kategori pelanggan apakah internal atau eksternal UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasil pengujian menunjukkan mayoritas konsumen internal UIN Sunan Kalijaga sebanyak 81,3% (126 orang) yang berasal dari beberapa fakultas/Lembaga/unit. Sedangkan responden eksternal berjumlah 18,7% (29 orang).



Gambar 7. Kategori Pelanggan (Internal/Eksternal)

Berdasarkan Gambar-gambar diatas, dapat kita ketahui bahwa pasar terbesar Unit bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta ada di Internal kampus. Maka dari itu penting untuk membuat strategi-strategi pemasaran yang ditujukan untuk segmen internal kampus. Namun tetap diperhatikan juga untuk segmen pasar yang dari eksternal. Perlu juga survei terkait minat civitas akademika UIN Sunan Kalijaga non-konsumen untuk menggunakan produk-produk pada unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga.

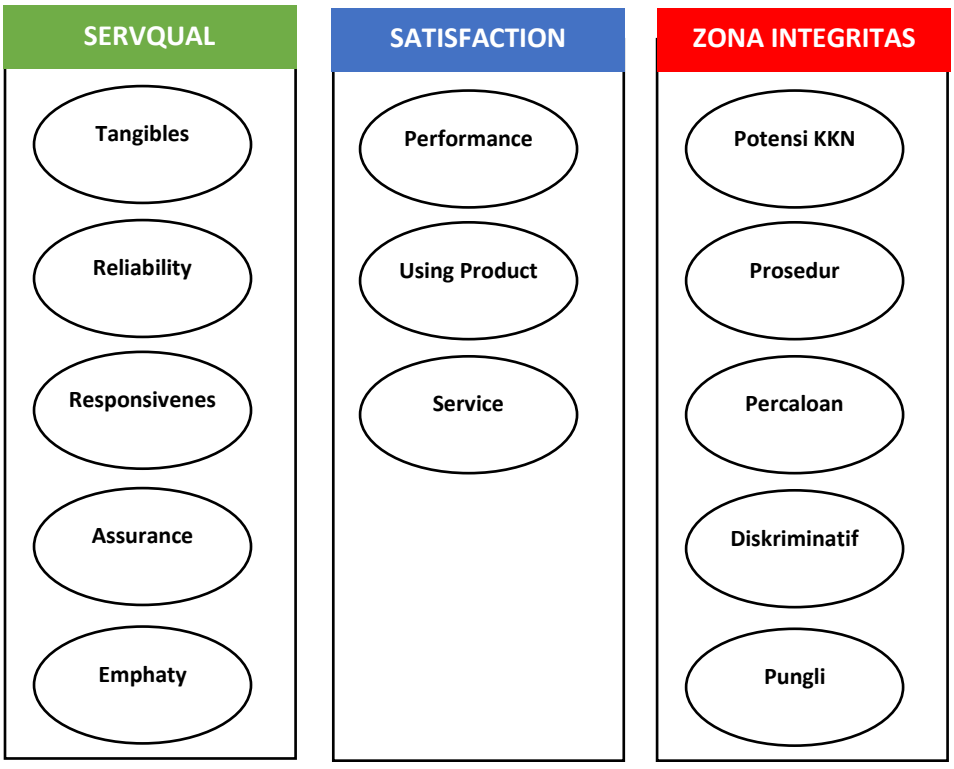
Pada Gambar-gambar tersebut juga menunjukkan produk/layanan unit bisnis yang digunakan oleh konsumen dan mitra kerjasama yang dinilai dalam survei kepuasan konsumen dan pembangunan zona integritas PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Pada survei ini, layanan unit bisnis yang paling banyak dinilai oleh konsumen adalah Gedung Multipurpose, kemudian University Hotel, SUKA Sport Centre (Lapangan Futsal), Klinik Pratama, Gedung Convention Hall, SUKA Halal Foodcourt, SUKA Water dan dilanjutkan unit-unit bisnis yang lainnya.

Berdasarkan hasil analisis data pada survei kali ini, sebaiknya perlu dibuat survei pada masing-masing unit bisnis dan menggunakan metode quota sampling, sehingga persebaran data bisa lebih merata dan informasi bisa lebih

mendetail untuk pembuatan keputusan dan strategi pada setiap unit bisnis yang ada PPB UIN Sunan Kalijaga.

DISKUSI HASIL DAN PEMBAHASAN

Data-data yang telah didapatkan dari survey diolah peneliti menggunakan software SPSS untuk dianalisa berdasarkan rata-rata jawaban responden dari masing-masing konstruk. Untuk SERVQUAL terdiri dari lima dimensi, yakni *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*. Dan Kepuasan terdiri dari 3 konstruk, yaitu: Kinerja, Penggunaan Produk, dan Layanan. Adapun untuk Zona Integritas diukur menggunakan lima item, yaitu: Potensi KKN, Layanan diluar Prosedur, Percaloan, Diskriminatif, dan Pungutan Liar. Untuk Model Survei dapat dilihat pada Gambar 8 di Bawah.



Gambar 8. Konstruk Survei

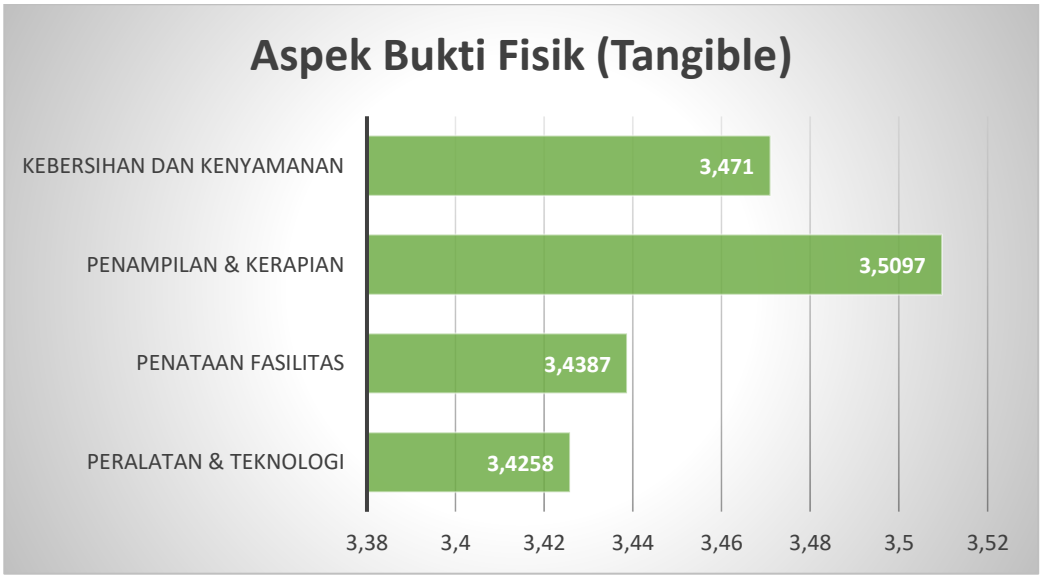
KUALITAS PELAYANAN (SERVQUAL)

Berdasarkan survei kepuasan konsumen dan mitra kerjasama PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta periode satu tahun yaitu 2023-2024, secara keseluruhan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang telah diberikan unit-unit bisnis PPB UIN

Sunan Kalijaga Yogyakarta sudah baik dengan menggunakan skala 1 s/d 4. Artinya unit bisnis PPB memiliki kinerja yang baik.pada masing-masing aspek kualitas pelayanan. Adapun penjelasan lebih detail terkait masing-masing aspek layanan disajikan sebagai berikut:

- **Aspek Bukti Fisik (*Tangible*)**

  Pada aspek ini menunjukkan kemampuan unit bisnis dalam menyediakan teknologi, sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sebagai bukti nyata dari pelayanan yang diberikan PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasil survei menunjukkan bahwa kualitas teknologi (peralatan dan perlengkapan) yang dipergunakan oleh unit bisnis, penataan fasilitas fisik (gedung, ruang layanan, dan lainnya), serta penampilan petugas/karyawan. Dengan nilai rata-rata untuk Aspek *Tangible* sebesar 3,4613. Secara umum kualitas layanan unit bisnis pada aspek bukti fisik ini baik, hal ini ditunjukkan pada Gambar 9 berikut:

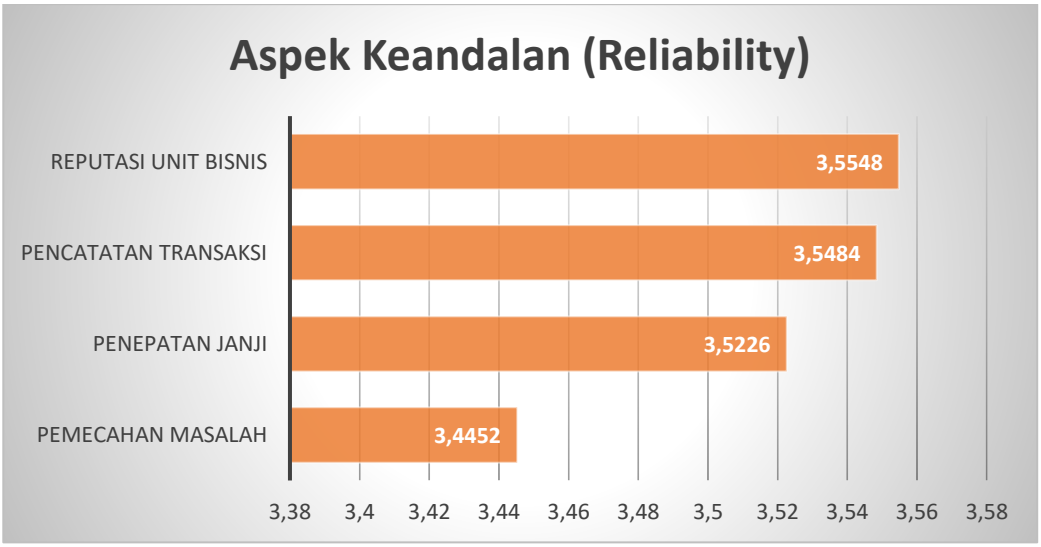


Gambar 9. Kualitas Pelayanan Unit Bisnis pada Aspek Bukti Fisik

- **Aspek Keandalan (*Reliability*)**

  Aspek ini menunjukkan kemampuan unit bisnis untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Hasil survei menunjukkan bahwa kemampuan unit bisnis dalam pemecahan masalah yang dihadapi konsumen dan mitra kerja, ketepatan dalam memenuhi janji, pencatatan transaksi dan reputasi unit bisnis baik. Dengan nilai rata-rata untuk Aspek *Reliability*

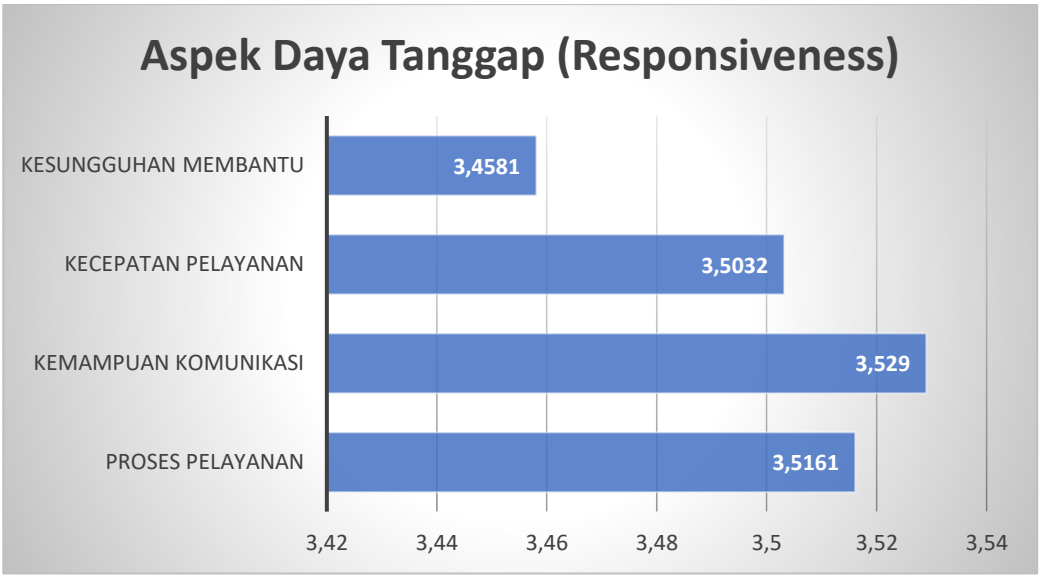
sebesar 3,5177, dengan skor tertinggi ada pada indikator Reputasi Unit Bisnis. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada aspek keandalan (*reliability*) sudah baik dan sesuai dengan harapan konsumen dan mitra kerjasama.



Gambar 10. Kualitas Pelayanan Unit Bisnis pada Aspek Keandalan

- **Aspek Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

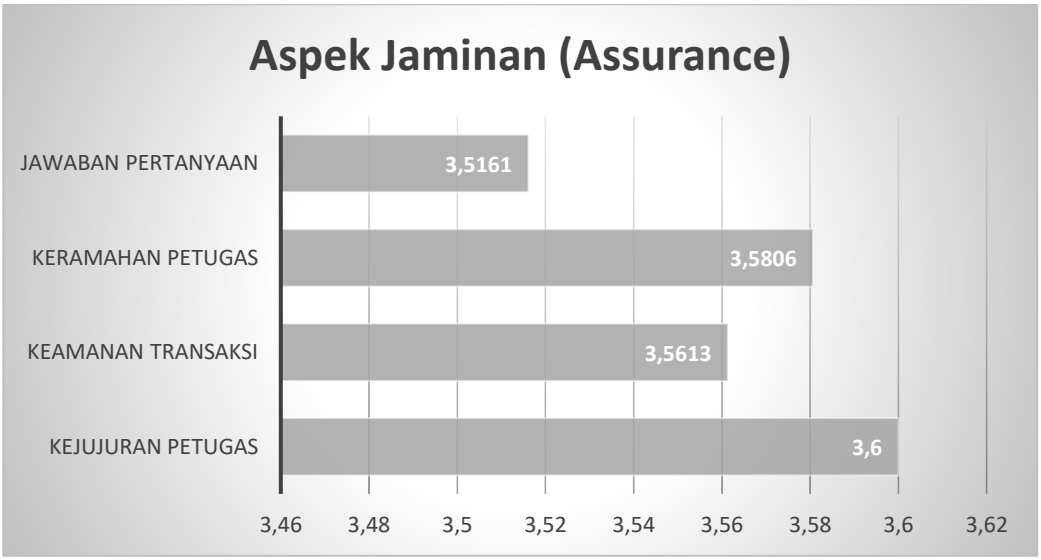
  Aspek daya tanggap menunjukkan kemauan petugas/karyawan unit bisnis untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Dengan nilai rata-rata untuk Aspek *Responsiveness* sebesar 3,5016, dengan skor tertinggi ada pada indikator Kemampuan Komunikasi. Jadi, secara singkat dapat disimpulkan bahwa petugas unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki komunikasi yang sangat baik, kemauan dalam membantu pelanggan dan mitra kerja dengan memberikan layanan dan serta cepat dan responsive. Namun, kesungguhan petugas dalam membantu konsumen masih perlu ditingkatkan lagi untuk ke depannya.



Gambar 11. Kualitas Pelayanan Unit Bisnis pada Aspek Daya Tanggap

- **Aspek Jaminan (*Assurance*)**

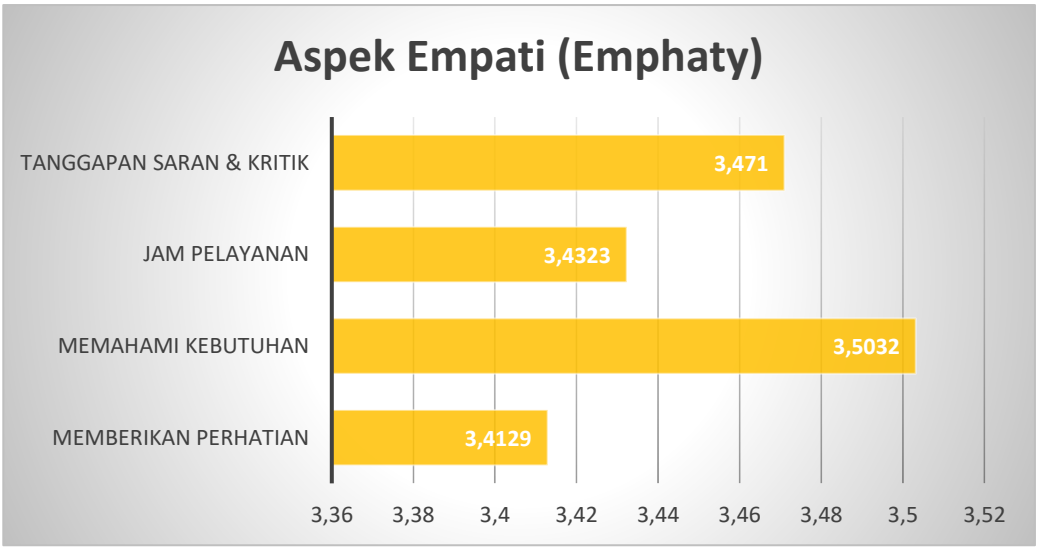
  Aspek ini menekankan pada jaminan dan kepastian, yaitu kredibilitas, keamanan transkasi, keramahan, dan kemampuan petugas/karyawan unit bisnis untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan dan mitra kerjasama kepada unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun untuk nilai rata-rata Aspek *Assurance* sebesar 3,5645, hal ini menunjukkan nilai yang tinggi. serta untuk skor tertinggi ada pada indikator Kejujuran Petugas dengan skala 3,6. Secara singkat, hasil survei ini menunjukkan bahwa unit bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta terbukti telah memberikan jaminan dengan baik untuk kualitas pelayanannya.



Gambar 12. Kualitas Pelayanan Unit Bisnis pada Aspek Jaminan

- **Aspek Empati (*Emphaty*)**

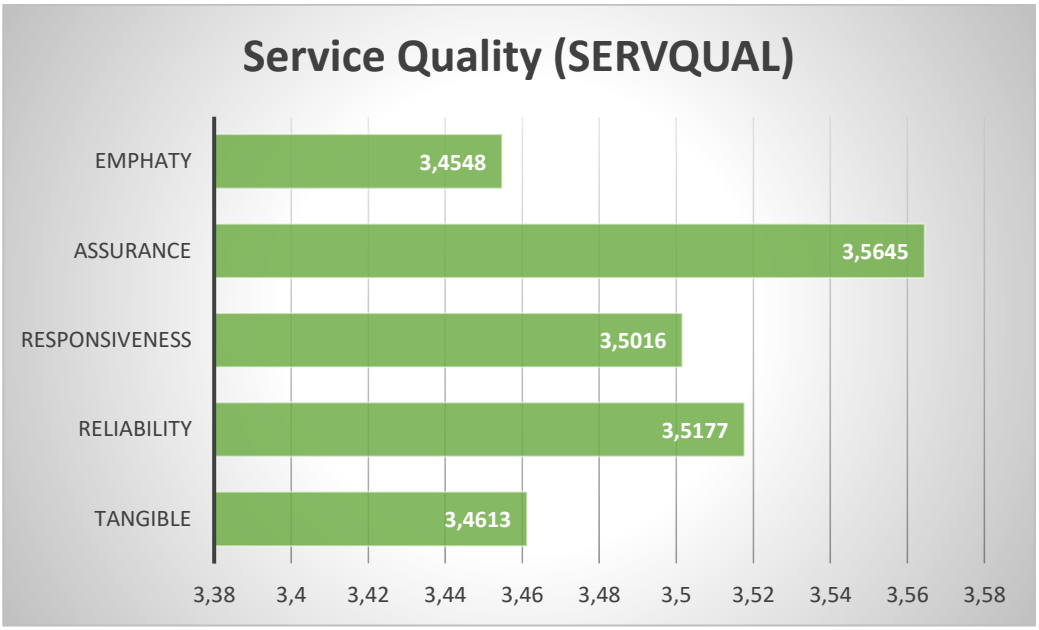
  Pada aspek ini, unit bisnis memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dan mitra, dimana unit bisnis diharapkan memiliki pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan dan menanggapi kiritk & saran yang masuk. nilai rata-rata untuk Aspek *Emphaty* sebesar 3,4548, dengan skor tertinggi ada pada indikator memahami kebutuhan pelangan atau mitra unit bisnis. Jadi, dapat disimpulkan bahwa unit bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengerti dan memahami kebutuhan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan unit bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada aspek Empati ini sudah baik.



Gambar 13. Kualitas Pelayanan Unit Bisnis pada Aspek Empati

Hasil secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang telah diberikan unit-unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sudah sangat baik dengan menggunakan skala 1 s/d 4. Artinya unit-unit bisnis PPB memiliki kinerja yang baik pada masing-masing aspek kualitas pelayanan (SERVQUAL). Adapun dimensi dengan skor paling tinggi adalah *Assurance.* Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan unit-unit bisnis dalam memberikan kepercayaan, keyakinan, dan keamanan kepada pelanggan sudah sangat baik. Kemudian dilanjutkan dengan *Reliability* dan *Responsiveness* yang menunjukkan bahwa kemampuan unit bisnis untuk memberikan layanan yang akurat,

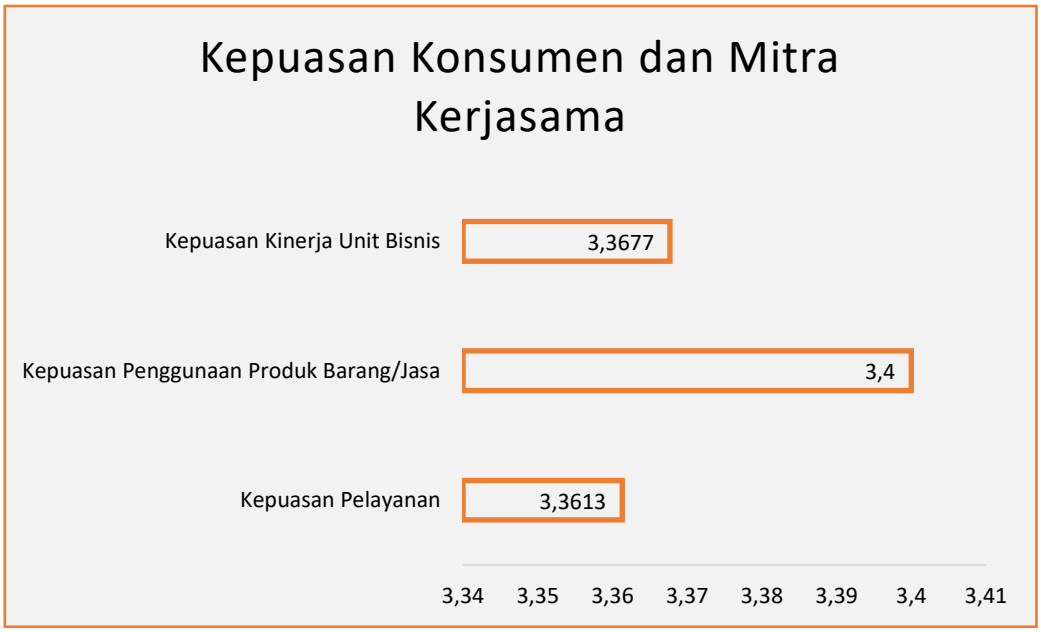
konsisten, dan dapat diandalkan. Serta bagaimana unit bisnis merespon kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efektif. Kemudian disusul oleh *Tangible* dan *Emphaty.*



Gambar 14. Kualitas Pelayanan Unit Bisnis (Seluruh Aspek)

KEPUASAN KONSUMEN DAN MITRA KERJASAMA

Hasil survei kepuasan konsumen dan mitra kerjasama PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2023-2024 dapat dilihat pada Gambar 15 di bawah ini.

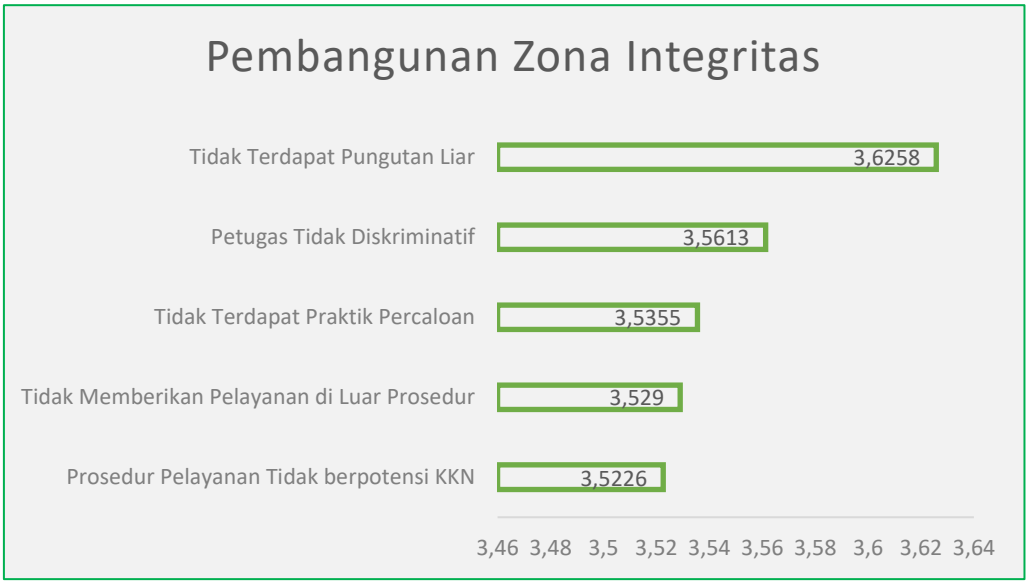


Gambar 15. Kepuasan Konsumen dan Mitra Kerjasama

Dimana survei ini menunjukkan bahwa konsumen dan mitra kerjasama sudah merasa puas dengan produk barang/jasa, pelayanan yang diberikan serta kinerja dari PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yakni dengan skor 3,3673 (skala 1-4). Adapun indikator yang paling tinggi poinnya adalah kepuasan terhadap penggunaan Produk barang/jasa. Yang kemudian disusul oleh Kepuasan terhadap kinerja unit bisnis dan kepuasan terhadap pelayanan yang telah diberikan.

PEMBANGUNAN ZONA INTEGRITAS

PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berorientasi sepenuhnya terhadap pelaksanaan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (G*ood Government Governance*). Untuk itu perlu diterapkan pembangunan zona integritas menuju wilayah bebas korupsi dan wilayah birokrasi bersih melayani.



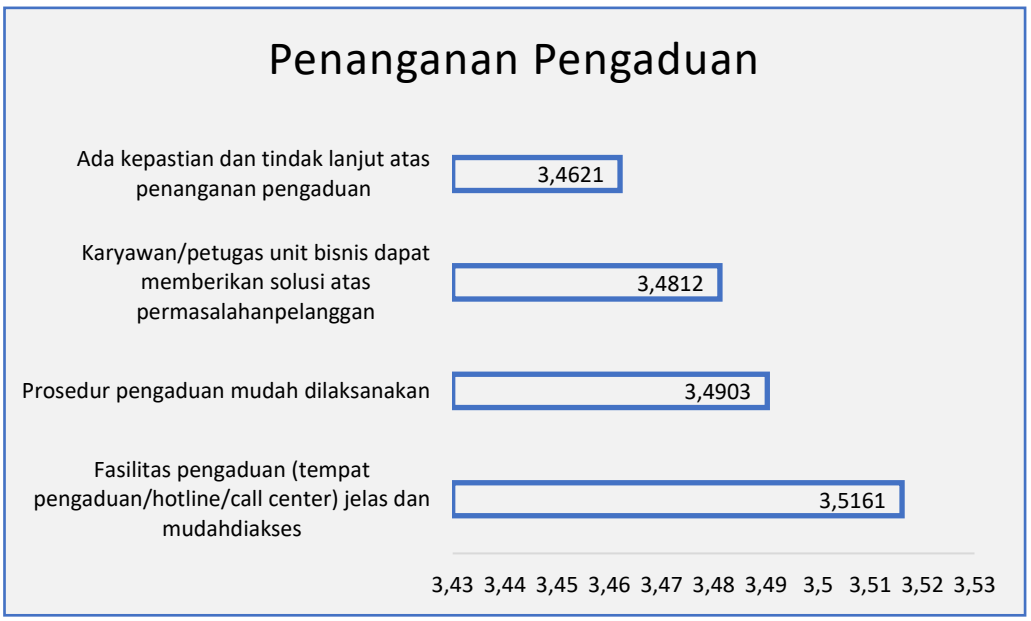
Gambar 16. Pembangunan Zona Integritas

Survei pembangunan zona integritas pada unit-unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menunjukkan bahwa menurut konsumen prosedur pelayanan sudah baik dan tidak berpotensi KKN, petugas tidak memberikan pelayanan di luar prosedur dengan imbalan barang/uang, tidak terdapat praktik percaloan dan pungli, serta petugas tidak diskriminatif terhadap konsumen. Hasil menunjukkan skor Pembangunan Zona Integritas unit bisnis PPB berada pada poin 3,5548 dari skala 1 – 4 dengan indikator paling tinggi adalah Tidak Terdapat Pungutan Liar.

Secara umum, meskipun pelayanan pada unit-unit bisnis sudah baik dalam pelayanan bebas korupsi, namun perlu dioptimalkan lagi sampai poinnya maksimal dan tidak ada celah untuk melakukan korupsi.

PENANGANAN PENGADUAN

Dalam suatu bisnis, kadangkala terdapat permasalahan maupun layanan yang kurang sesuai, maka dari itu PPB UIN Sunan Kalijaga menyediakan fasilitas pengaduan, saran dan masukan bagi konsumen dan mitra kerjasama. Adapun nilai skor rata-rata untuk Penanganan Pengaduan adalah sebesar 3,4668. Dengan rincian sebagai berikut: PPB UIN SUKA menyediakan fasilitas pengaduan, berdasarkan persepsi konsumen fasilitas pengaduan mendapatkan poin 3,5161 dari skala 4. Dan disusul kemudahan prosedur pengaduan mendapatkan poin 3,4903 dari skala 4. Berdasarkan pernyataan konsumen yang memiliki pengalaman terkait penanganan pengaduan. Karyawan/Petugas unit bisnis mampu memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi konsumen dengan poin 3,4812 dari skala 4. Serta konsumen dan mitra kerjasama telah mendapat kepastian dan tindak lanjut atas penanganan pengaduan mereka dengan poin 3,4621 dari skala 4.



Gambar 17. Penanganan Pengaduan

KESIMPULAN

Adapun secara keseluruhan, laporan monitoring dan evaluasi kepuasan pengguna layanan & mitra kerjasama dan pembangunan zona integritas PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2023-2024 menunjukkan hasil yang sangat baik. Untuk variabel Pelayanan Prima tahun 2023-2024 sebesar 3,5 (Skala 1 - 4). Sedangkan untuk variabel Kepuasan Pelanggan tahun 2023-2024 sebesar 3,37 (skala 1 - 4). Secara umum Pelanggan merasa puas dengan produk dan layanan unit bisnis PPB UIN SUKA. Begitu juga dengan variabel Pembangunan Zona Integritas tahun 2023 – 2024 sebesar 4,55. Jadi secara umum petugas pada unit bisnis PPB UIN SUKA memiliki integritas yang sangat baik. Terkait dengan Penanganan Pengaduan, petugas telah berusaha dengan baik untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan mitra kerjasama, adapun skornya adalah 3,47 (skala 1 – 4).

SARAN DAN MASUKAN KONSUMEN/MITRA KERJASAMA

Secara garis besar pelanggan dan mitra kerjasama memberikan apresiasi dan dukungan terhadap unit-unit bisnis PPB UIN SUKA dalam memperkuat pendapatan BLU. Namun, ada demi kemajuan dan peningkatan, mereka memberikan beberapa saran yang bisa digunakan untuk peningkatan kualitas produk dan layanan, diantaranya, yaitu: perawatan, pembaruan, dan menambah beberapa fasilitas, sarana & prasarana; Kebersihan perlu ditingkatkan; Peningkatan program promosi.



Bangkit

DAN BERDAYA BERSAMA