



## LAPORAN MONITORING DAN EVALUASI

KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN & MITRA KERJASAMA SERTA  
PEMBANGUNAN ZONA INTEGRITAS PUSAT PENGEMBANGAN BISNIS  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA



Periode  
**Semester I - 2024**

## KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya Laporan Monitoring dan Evaluasi Kepuasan Pengguna Layanan & Mitra Kerjasama Serta Pembangunan Zona Integritas PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Semester I (Januari – Juni) Tahun Anggaran 2024 telah terlaksana dengan baik. Dalam Laporan ini kami mempersembahkan hasil survei mengenai Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan, dan Pembangunan Zona Integritas Anti Korupsi di unit-unit bisnis Pusat Pengembangan Bisnis (PPB) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Survei ini bertujuan untuk mengevaluasi dan memahami persepsi serta pengalaman pengguna layanan internal dan eksternal terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, sekaligus mengukur tingkat kepatuhan terhadap prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik.

Hasil survei ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif mengenai aspek-aspek yang dievaluasi, serta memberikan landasan yang kuat untuk perbaikan berkelanjutan. Kami juga berharap agar hasil ini dapat menjadi panduan yang bermanfaat bagi pengambil keputusan dan seluruh komponen dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan integritas di PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam survei ini. Terima kasih atas perhatian dan kerjasama Anda dalam menjadikan PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai lembaga yang berintegritas dan berkomitmen tinggi dalam memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat.

Hormat kami,

Kepala Pusat Pengembangan Bisnis  
UIN Sunan Kalijaga

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	2
DAFTAR ISI .....	3
A. PENDAHULUAN .....	4
B. LANDASAN TEORI .....	6
❖ <i>SERVICE QUALITY (SERVQUAL)</i> .....	6
❖ <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> .....	8
❖ <i>GOOD GOVERNMENT GOVERNANCE (GGG)</i> .....	10
C. METODOLOGI .....	11
D. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	12
DISKUSI HASIL DAN PEMBAHASAN .....	19
❖ KUALITAS PELAYANAN (SERVQUAL) .....	20
❖ KEPUASAN KONSUMEN DAN MITRA KERJASAMA .....	24
❖ PEMBANGUNAN ZONA INTEGRITAS .....	25
❖ PENANGANAN PENGADUAN .....	26
KESIMPULAN .....	27
SARAN DAN MASUKAN KONSUMEN/MITRA KERJASAMA .....	28

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

**Semester I (Januari – Juni) Tahun Anggaran 2024**

## **A. PENDAHULUAN**

Survei kepuasan layanan untuk Badan Layanan Umum (BLU) di Kementerian Agama Republik Indonesia memiliki urgensi yang signifikan, mencakup beberapa aspek penting seperti peningkatan kualitas layanan, akuntabilitas dan transparansi, pemenuhan kebutuhan pengguna layanan, efisiensi penggunaan sumber daya, peningkatan citra dan kredibilitas, serta pemantauan dan evaluasi. Selain itu, survei ini juga bertujuan untuk memahami perubahan kebutuhan masyarakat.

Sebagai BLU, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta diharapkan dapat memberikan layanan terbaik kepada seluruh civitas akademika. Untuk mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan oleh UIN Sunan Kalijaga, perlu dilakukan survei kepuasan dan kualitas layanan. Survei ini akan berfungsi sebagai alat evaluasi guna memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan universitas di masa depan, sehingga UIN Sunan Kalijaga dapat terus bersaing dan bergerak sejalan dengan visi dan misinya.

Melakukan survei kepuasan layanan adalah salah satu cara efektif untuk mengukur kualitas layanan dalam bisnis BLU. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan bagi setiap unit bisnis di Pusat Pengembangan Bisnis (PPB) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Citra kualitas layanan yang baik seharusnya tidak hanya didasarkan pada persepsi penyedia layanan, tetapi juga harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Oleh karena itu, pengukuran kualitas layanan sebaiknya dilakukan menggunakan metode yang sesuai dengan standar pelayanan profesional.

Selain itu, pemerintah membutuhkan informasi yang rutin dari unit pelayanan instansi untuk mendapatkan gambaran yang akurat mengenai kualitas pelayanan serta mendukung pelaksanaan pembangunan zona integritas. Informasi semacam ini sangat penting untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan

dalam layanan publik serta mengembangkan strategi peningkatan yang efektif. Menyadari hal ini, Pusat Pengembangan Bisnis (PPB) Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta secara konsisten mengadakan survei kepuasan konsumen dan mitra kerjasama setiap tahunnya. Survei ini dilaksanakan berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik, serta Keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 633 Tahun 2020 tentang Pedoman Pelaksanaan Reformasi Birokrasi di Kementerian Agama Republik Indonesia.

Survei kepuasan layanan yang dilakukan oleh PPB UIN Sunan Kalijaga menggunakan model SERVQUAL, yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Model SERVQUAL ini sangat relevan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh organisasi. Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, yaitu:

- 1) **Tangibles (Bukti Fisik):** Penampilan fisik fasilitas, peralatan, personel, dan komunikasi visual yang terkait dengan layanan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi awal pelanggan mengenai kualitas layanan yang diterima (Parasuraman et al., 1988).
- 2) **Reliability (Keandalan):** Kemampuan organisasi untuk memberikan layanan yang akurat, konsisten, dan dapat diandalkan sangat menentukan kepuasan pelanggan. Konsistensi dalam penyampaian layanan menciptakan kepercayaan dan loyalitas di antara pelanggan (Zeithaml et al., 1990).
- 3) **Responsiveness (Responsif):** Sejauh mana organisasi merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efektif merupakan indikator penting dari kualitas layanan. Respons yang cepat dan solusi yang tepat waktu menunjukkan komitmen organisasi terhadap kepuasan pelanggan (Berry et al., 1990).
- 4) **Assurance (Jaminan):** Kemampuan personel dalam memberikan kepercayaan, keyakinan, dan keamanan kepada pelanggan mencakup kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan fisik yang dirasakan oleh pelanggan (Parasuraman et al., 1991).



5) **Empathy (Empati):** Upaya organisasi untuk memahami dan merespons kebutuhan serta perasaan pelanggan menunjukkan perhatian pribadi dan pelayanan yang dipersonalisasi, yang sangat penting untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Zeithaml et al., 1996).

Survei ini bertujuan untuk mengumpulkan pendapat masyarakat mengenai pengalaman mereka dalam memperoleh layanan dari unit-unit bisnis di lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan menggunakan metode SERVQUAL yang telah disesuaikan dengan karakteristik unit bisnis PPB, survei ini berupaya menggali informasi mendalam tentang berbagai aspek pelayanan.

Berdasarkan hasil evaluasi dari survei ini, diharapkan adanya perbaikan yang berkelanjutan terhadap aspek-aspek pelayanan konsumen dan mitra kerjasama. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai Badan Layanan Umum (BLU) berkomitmen untuk terus bersaing, mandiri, dan berkembang sesuai dengan tuntutan zaman. Meskipun demikian, pelayanan yang diberikan oleh unit bisnis ini masih menghadapi berbagai kelemahan dan permasalahan. Oleh karena itu, hasil survei ini diharapkan dapat menjembatani kesenjangan antara harapan konsumen dan mitra kerja dengan pelayanan yang diberikan oleh unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Survei kepuasan pengguna dilakukan setiap tahun secara online melalui formulir yang tersedia pada tautan berikut: <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) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry sejak tahun 1980-an. Metode SERVQUAL merupakan sebuah instrumen yang terdiri dari kuesioner yang dirancang untuk menilai kualitas jasa dengan mengidentifikasi kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi pelanggan. Metode ini dipilih karena telah terbukti kuat dan merupakan salah satu metode yang paling banyak digunakan dalam industri jasa di berbagai sektor. Selain itu, metode SERVQUAL telah mengalami berbagai penyesuaian dan pengembangan untuk

tetap relevan dengan perubahan zaman, termasuk pengembangan varian digital seperti E-SERVQUAL yang disesuaikan untuk menilai kualitas layanan elektronik dan online (Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra, 2005).

Dengan menggunakan kuesioner SERVQUAL, kami dapat mengukur seberapa besar kesenjangan (gap) yang ada antara persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima dan ekspektasi mereka terhadap layanan tersebut. Fleksibilitas kuesioner SERVQUAL memungkinkan penyesuaian agar sesuai dengan berbagai industri jasa yang berbeda, menjadikannya alat yang sangat relevan dan adaptif dalam menilai kualitas layanan di berbagai konteks (Ladhari, 2009).

Metode SERVQUAL mengadopsi dua perspektif utama, yaitu perspektif internal dan eksternal. Perspektif internal digunakan untuk memahami kualitas layanan dari sudut pandang organisasi, sedangkan perspektif eksternal fokus pada pemahaman harapan, persepsi, dan kepuasan konsumen. SERVQUAL mengidentifikasi lima dimensi utama kualitas jasa, yang meliputi Tangibles (bukti fisik), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), dan Empathy (empati). Setiap dimensi diukur melalui beberapa pertanyaan yang dinilai dalam rentang 1 sampai 4, di mana angka 1 mewakili perasaan sangat tidak setuju (strongly disagree) dan angka 4 mewakili perasaan sangat setuju (strongly agree) (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

#### ***Dimensi Kualitas Jasa SERVQUAL:***

- 1) **Tangibles (Bukti Fisik):** Dimensi ini mencakup kemampuan unit bisnis dalam menyediakan teknologi, fasilitas fisik, dan lingkungan sebagai bukti nyata dari pelayanan yang diberikan. Penilaian terhadap kualitas teknologi (peralatan dan perlengkapan), penataan fasilitas fisik (gedung, ruang layanan, dan lainnya), serta penampilan petugas/karyawan adalah aspek yang dievaluasi. Penelitian menunjukkan bahwa penampilan dan fasilitas yang modern dapat menciptakan kesan positif di mata pelanggan (Chatterjee & Bolar, 2020).
- 2) **Reliability (Keandalan):** Keandalan mencerminkan kemampuan unit bisnis untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Evaluasi mencakup kemampuan dalam pemecahan masalah yang dihadapi konsumen dan mitra kerja, ketepatan dalam memenuhi janji, serta reputasi unit

bisnis. Hasil survei menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada aspek keandalan di PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sudah baik dan sesuai dengan harapan konsumen dan mitra kerja (Kang & James, 2004).

- 3) **Responsiveness (Daya Tanggap):** Aspek ini menunjukkan kesediaan petugas/karyawan unit bisnis untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Penelitian menunjukkan bahwa responsivitas yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan mereka tepat waktu. Namun, kesungguhan petugas dalam membantu konsumen masih perlu ditingkatkan (Wirtz & Lovelock, 2016).
- 4) **Assurance (Jaminan):** Dimensi ini menekankan pada kredibilitas, keamanan transaksi, keramahan, dan kemampuan petugas/karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan. Hasil survei menunjukkan bahwa unit bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta telah berhasil memberikan jaminan yang baik dalam kualitas pelayanannya, membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Lovelock & Patterson, 2015).
- 5) **Empathy (Empati):** Empati mencakup perhatian yang tulus dan bersifat personal yang diberikan kepada pelanggan, dengan berupaya memahami keinginan dan kebutuhan mereka secara spesifik. Evaluasi menunjukkan bahwa unit bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengerti dan memahami kebutuhan pelanggan, memberikan layanan dengan perhatian yang personal, dan merespons kritik serta saran dengan baik (Patterson, 2016).

#### ❖ **CUSTOMER SATISFACTION**

Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dan mitra kerjasama di Pusat Pengembangan Bisnis (PPB) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, kami mengadopsi Instrumen Customer Satisfaction yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver sejak tahun 1990-an. Metode ini dipilih karena telah terbukti andal dan tetap menjadi salah satu metode terbaik dalam mengukur kepuasan konsumen. Instrumen ini tidak hanya mengukur kepuasan secara umum, tetapi juga memisahkan aspek-aspek kognitif, afektif, dan atribut kepuasan, memberikan gambaran yang lebih holistik dan mendalam mengenai pengalaman pelanggan.



Oliver (1997) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari proses evaluasi kognitif dan afektif terhadap suatu produk atau layanan. Evaluasi kognitif melibatkan penilaian rasional dan logis terhadap aspek-aspek tertentu dari layanan atau produk, seperti kualitas, keandalan, dan fitur-fitur spesifik lainnya. Sementara itu, evaluasi afektif berhubungan dengan perasaan dan emosi yang muncul sebagai respons terhadap pengalaman pelanggan. Dengan memisahkan kedua aspek ini, instrumen yang dikembangkan oleh Oliver mampu memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana pelanggan mengevaluasi layanan yang mereka terima (Oliver, 2010).

Aspek kognitif dari kepuasan pelanggan melibatkan penilaian logis dan rasional terhadap elemen-elemen yang dapat diukur dari layanan atau produk. Misalnya, dalam konteks layanan yang disediakan oleh PPB UIN Sunan Kalijaga, ini dapat mencakup penilaian terhadap kualitas infrastruktur, kemudahan akses, keandalan layanan, dan efisiensi operasional. Penelitian menunjukkan bahwa evaluasi kognitif sangat penting dalam menentukan kepuasan pelanggan karena memberikan dasar yang objektif untuk penilaian (Homburg, Koschate, & Hoyer, 2006).

Aspek afektif, disisi lain, berkaitan dengan reaksi emosional yang timbul dari interaksi dengan layanan atau produk. Ini termasuk perasaan puas, senang, atau bahkan kecewa yang mungkin dirasakan pelanggan setelah menggunakan layanan tersebut. Menurut Oliver (2010), aspek afektif seringkali lebih sulit diukur tetapi sangat penting karena emosi dapat memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan dan keputusan pembelian di masa depan. Dalam konteks PPB UIN Sunan Kalijaga, memahami reaksi emosional pelanggan dapat membantu dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Selain itu, instrumen ini juga mengukur atribut kepuasan, yang mencakup berbagai faktor spesifik yang dianggap penting oleh pelanggan dalam mengevaluasi layanan. Atribut-atribut ini bisa sangat bervariasi tergantung pada jenis layanan atau produk yang ditawarkan. Di PPB UIN Sunan Kalijaga, atribut kepuasan meliputi kualitas layanan kinerja masing-masing unit bisnis dan kepuasan konsumen terhadap penggunaan produk, baik berupa barang maupun jasa unit bisnis. Survei ini fokus pada atribut-atribut spesifik ini dapat membantu

dalam mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan dan dalam merancang intervensi yang lebih tepat sasaran (Giese & Cote, 2000).

Dengan menggunakan Instrumen Customer Satisfaction dari Oliver, kami tidak hanya dapat mengukur tingkat kepuasan secara keseluruhan, tetapi juga memahami berbagai aspek yang mempengaruhi kepuasan tersebut. Pendekatan ini memungkinkan kami untuk mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan kenyataan, serta merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas layanan di PPB UIN Sunan Kalijaga. Dalam Survei Kepuasan Konsumen dan Mitra Kerjasama PPB UIN Sunan Kalijaga terfokus pada tiga hal, yaitu:

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

#### ❖ **GOOD GOVERNMENT GOVERNANCE (GGG)**

Pusat Pengembangan Bisnis (PPB) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berkomitmen penuh terhadap penerapan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (good government governance). Komitmen ini diwujudkan melalui implementasi pembangunan zona integritas yang bertujuan untuk mencapai wilayah bebas korupsi (WBK) dan wilayah birokrasi bersih melayani (WBBM). Survei pembangunan zona integritas pada unit-unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengacu pada panduan survei Zona Integritas yang diterbitkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia dan Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. Tujuan dari survei ini adalah untuk mengukur persepsi konsumen dan mitra kerjasama mengenai prosedur pelayanan yang diterapkan oleh PPB UIN Sunan Kalijaga.

Pelaksanaan survei ini mencakup berbagai aspek kritis seperti kepatuhan terhadap prosedur yang ditetapkan, integritas petugas dalam memberikan layanan, dan adanya praktik-praktik yang bisa berpotensi merusak integritas seperti korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN). Hasil survei diharapkan dapat memastikan bahwa petugas tidak memberikan pelayanan di luar prosedur dengan

imbalan barang atau uang, tidak terdapat praktik percaloan dan pungutan liar (pungli), serta tidak ada diskriminasi terhadap konsumen.

Survei ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip tata kelola yang baik dan upaya untuk menciptakan zona integritas memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kepercayaan publik dan efektivitas layanan publik (World Bank, 2020). Dalam konteks PPB UIN Sunan Kalijaga, survei ini menjadi alat penting untuk mengidentifikasi dan menutup celah yang masih memungkinkan terjadinya praktik korupsi. Meskipun hasil survei menunjukkan bahwa pelayanan pada unit-unit bisnis sudah baik dan memenuhi standar pelayanan bebas korupsi, masih diperlukan upaya berkelanjutan untuk mengoptimalkan kinerja sehingga setiap potensi penyimpangan dapat dieliminasi.

Penerapan zona integritas tidak hanya berfokus pada pencegahan korupsi, tetapi juga pada peningkatan kualitas layanan publik secara keseluruhan. Studi oleh OECD (2019) menekankan bahwa zona integritas harus mencakup aspek transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik. Dalam hal ini, PPB UIN Sunan Kalijaga diharapkan terus mengembangkan mekanisme pengawasan dan evaluasi yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk konsumen dan mitra kerjasama.

Dengan mengacu pada prinsip-prinsip tersebut, PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berupaya untuk tidak hanya mencapai standar minimal, tetapi juga untuk menginspirasi perubahan yang lebih luas dalam tata kelola pemerintahan yang bersih dan responsif. Optimalisasi ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen, serta memperkuat reputasi institusi sebagai model tata kelola yang baik dalam sektor pendidikan tinggi.

### **C. METODOLOGI**

Survei Kepuasan Pengguna Layanan & Mitra Kerjasama serta Pembangunan Zona Integritas PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2024 dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini memanfaatkan survei online melalui platform Google Form, yang tautannya disebarakan kepada berbagai pemangku kepentingan termasuk civitas

akademika UIN Sunan Kalijaga, alumni, konsumen, dan mitra kerjasama dari PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Metode sampling yang diterapkan dalam survei ini adalah non-probability sampling, khususnya purposive sampling. Purposive sampling dipilih dengan kriteria bahwa responden harus pernah menggunakan produk atau jasa dari salah satu unit bisnis yang dikelola oleh PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk fokus pada kelompok responden yang relevan dan memiliki pengalaman langsung dengan layanan yang disurvei, sehingga hasil yang diperoleh lebih representatif dan spesifik (Etikan, Musa, & Alkassim, 2016).

Untuk pengolahan data, penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS dari IBM. SPSS digunakan dalam berbagai tahap pengolahan data, mulai dari pengkodean, uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis deskriptif responden, hingga analisis persepsi responden terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Uji validitas dan reliabilitas instrumen sangat penting untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar mengukur apa yang hendak diukur dan konsisten dalam pengukurannya (Tavakol & Dennick, 2011).

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik demografis responden serta untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi mereka terhadap kualitas layanan dan integritas yang diterapkan oleh PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan metode ini, peneliti dapat mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang memerlukan perbaikan serta kekuatan-kekuatan yang perlu dipertahankan. Hasil dari survei ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga bagi pengembangan layanan dan peningkatan integritas institusi di masa depan.

## **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Responden Survei Kepuasan Konsumen dan Mitra Kerjasama**

Profil responden dalam survei kepuasan pengguna layanan & mitra kerjasama serta pembangunan zona integritas PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2024 mencakup berbagai aspek penting yang bertujuan untuk

memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai pengguna layanan. Dengan memahami karakteristik yang beragam dari para responden, survei ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan relevan dalam mendukung upaya perbaikan dan pengembangan layanan.

Beberapa karakteristik utama yang diambil sebagai pertimbangan dalam profil responden survei meliputi aspek demografis seperti usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, serta afiliasi instansi/fakultas/lembaga/unit baik yang bersifat internal maupun eksternal UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Informasi ini sangat penting untuk menggali perspektif yang beragam dari pengguna layanan BLU, sehingga hasil survei dapat mencerminkan kebutuhan dan harapan yang berbeda-beda dari berbagai kelompok pengguna (Homburg, Kuester, & Krohmer, 2013).

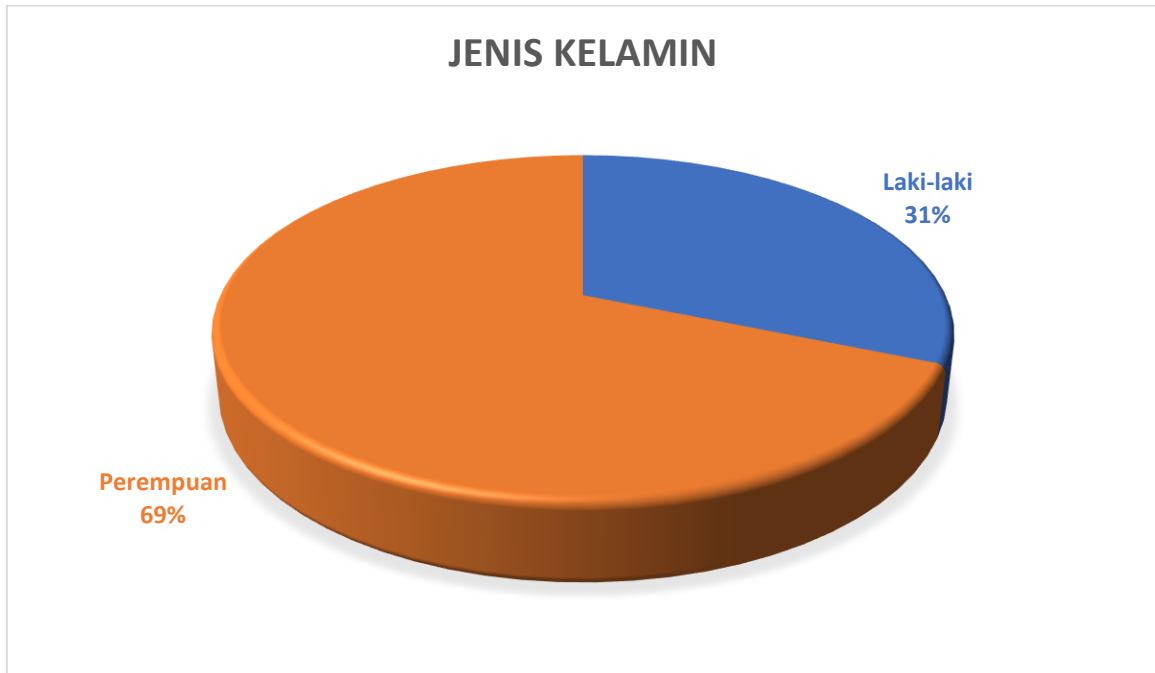
Responden dalam survei ini berjumlah 147 orang yang tersebar dari berbagai instansi/fakultas/lembaga/unit, baik internal maupun eksternal UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei online menggunakan Google Forms, yang memungkinkan partisipasi yang luas dan fleksibel dari para responden.

Analisis data statistik dari survei ini akan memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat kepuasan pengguna layanan dan mitra kerjasama, serta efektivitas pembangunan zona integritas yang telah dilaksanakan oleh PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Pada gambar-gambar yang disertakan di bawah ini, terdapat penjelasan rinci terkait profil responden dalam survei, mencakup distribusi demografis dan karakteristik penting lainnya yang relevan untuk analisis lebih lanjut.

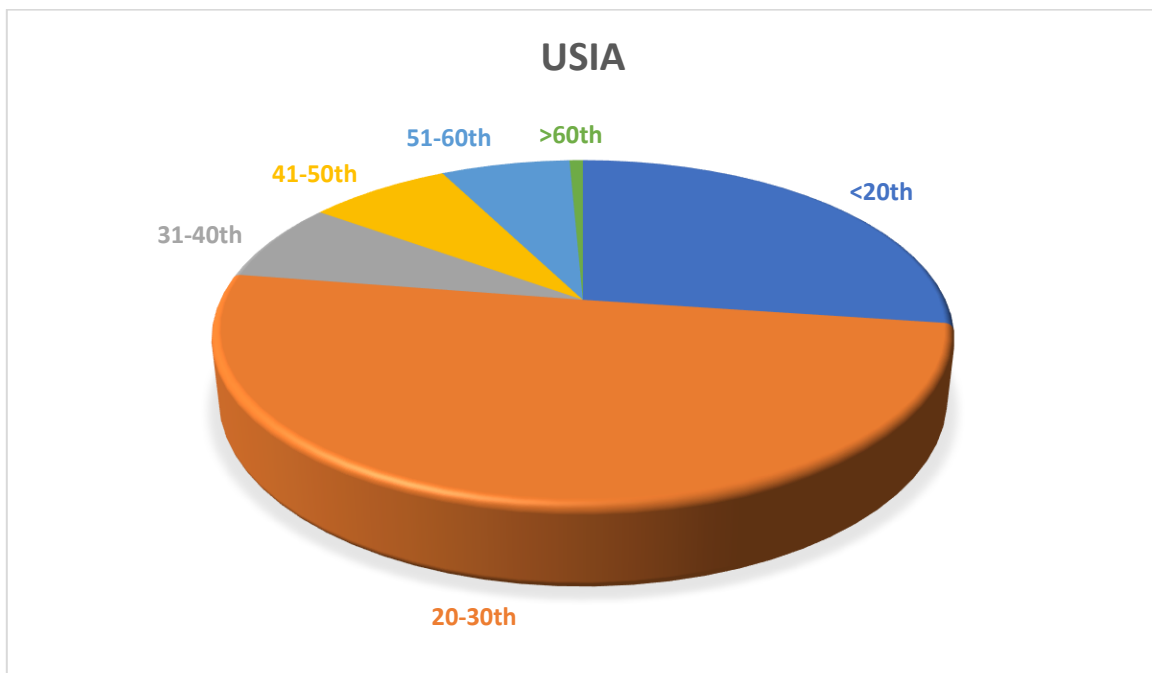
Profil responden yang komprehensif ini tidak hanya membantu dalam memahami persepsi pengguna layanan saat ini tetapi juga menjadi dasar bagi pengembangan strategi peningkatan layanan di masa mendatang. Dengan demikian, informasi yang diperoleh dari survei ini dapat digunakan untuk melakukan evaluasi mendalam dan menyusun rekomendasi yang tepat guna meningkatkan kualitas layanan PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sesuai dengan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik dan upaya pembangunan zona integritas. Pada Gambar 1 di bawah menunjukkan



persebaran jenis kelamin responden 31,3% Laki-laki (46 orang) dan 68,7% Perempuan (101 orang).



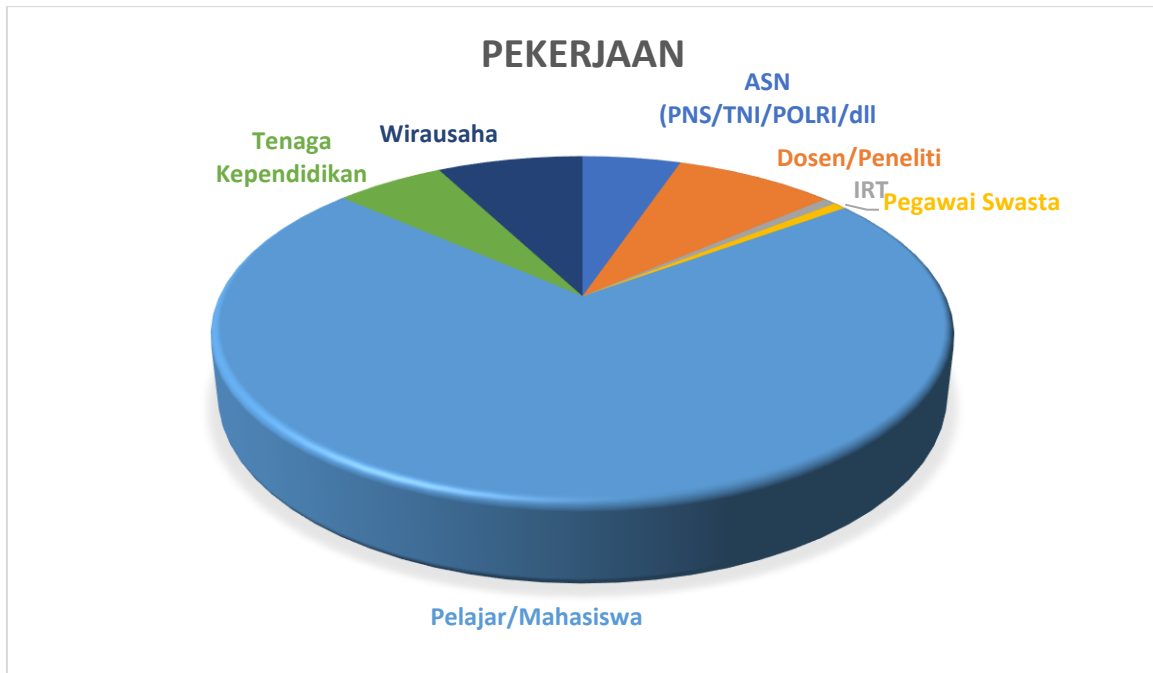
**Gambar 1. Jenis Kelamin Responden**



**Gambar 2. Usia Responden**

Adapun Gambar 2 di atas menunjukkan persebaran responden dengan persentase paling banyak berusia 20 th - 30 tahun sebanyak 50,3% (74 orang), kemudian disusul responden berusia <20 tahun sebanyak 27,2% (40 orang),

dilanjutkan responden berusia 31–40 tahun sebanyak 7,5% (11 orang), responden berusia 41-50 tahun sebanyak 7,5% (11 orang), responden berusia 51-60 tahun sebanyak 6,8% (10 orang), dan responden berusia >60 tahun sebanyak 0,7% (1 orang).

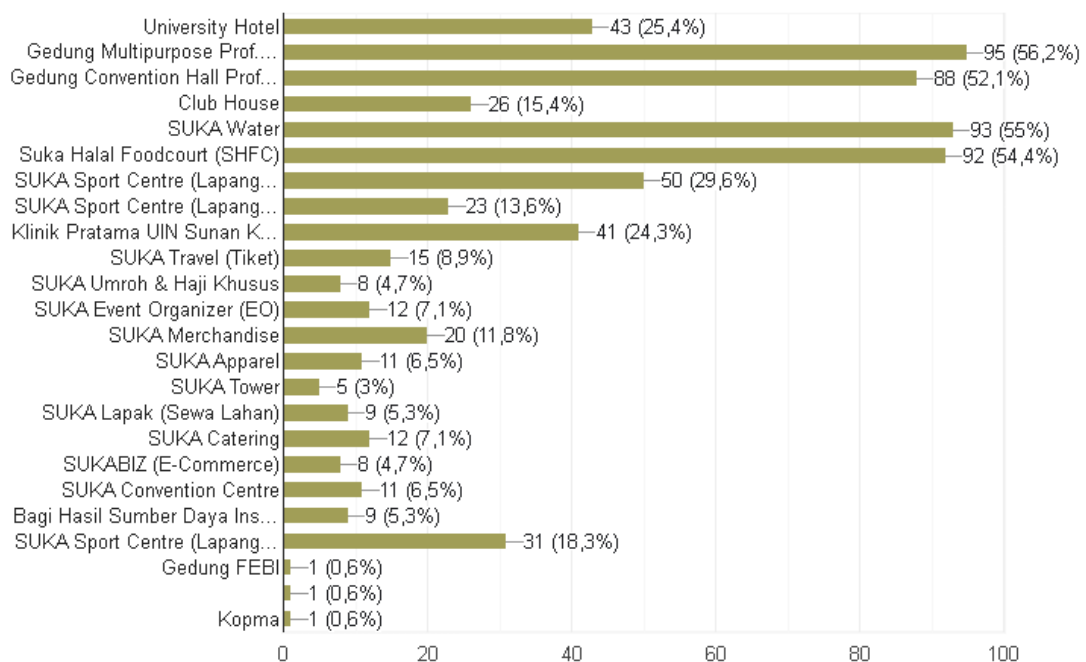


**Gambar 3. Pekerjaan Responden**



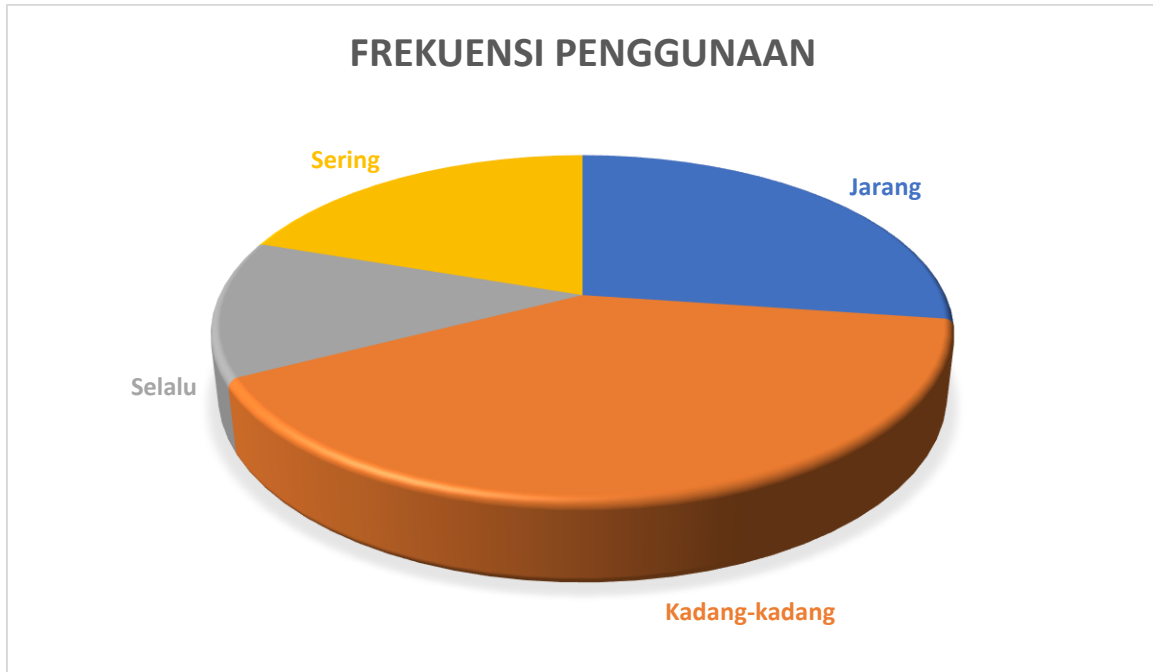
**Gambar 4. Tingkat Pendidikan**

Adapun Gambar 3 di atas menjelaskan kriteria pekerjaan responden dalam survei. Pelajar/Mahasiswa dengan jumlah terbanyak, yakni 74,8% (110 orang), dilanjutkan oleh Dosen/Peneliti 8,8% (13 orang), ASN (PNS/TNI/POLRI) sebanyak 5,4% (8 orang), Wirausaha sebanyak 5,4% (8 orang), Tenaga Kependidikan sebanyak 4,1% (6 orang), Pegawai swasta 0,7% (1 orang), dan IRT 0,7% (1 orang). Dilanjutkan dengan Gambar 4 yang menunjukkan bahwa kriteria tingkat pendidikan responden paling banyak D3/D4/S1 sebanyak 55,1% (81 orang) dan dilanjutkan S2/S3 sebanyak 12,9% (19 orang), serta SLTA/Sederajat sebanyak 32% (47 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 95 orang, SUKA Water 93 orang, SUKA Halal Foodcourt 92 orang, kemudian SUKA Sport Centre (Lapangan Futsal) sebanyak 50 orang, dilanjutkan Gedung Convention Hall sebesar 88 orang, University Hotel 43 orang, Klinik Pratama sebesar 41 orang, SUKA Sport Centre (Lapangan Badminton) sebanyak 31 orang, Clubhouse sebanyak 26 orang, SUKA Sport Centre (Lapangan Tenis) sebanyak 23 orang, SUKA Merchandise sebanyak 20 orang dan kemudian disusul unit-unit bisnis lainnya.

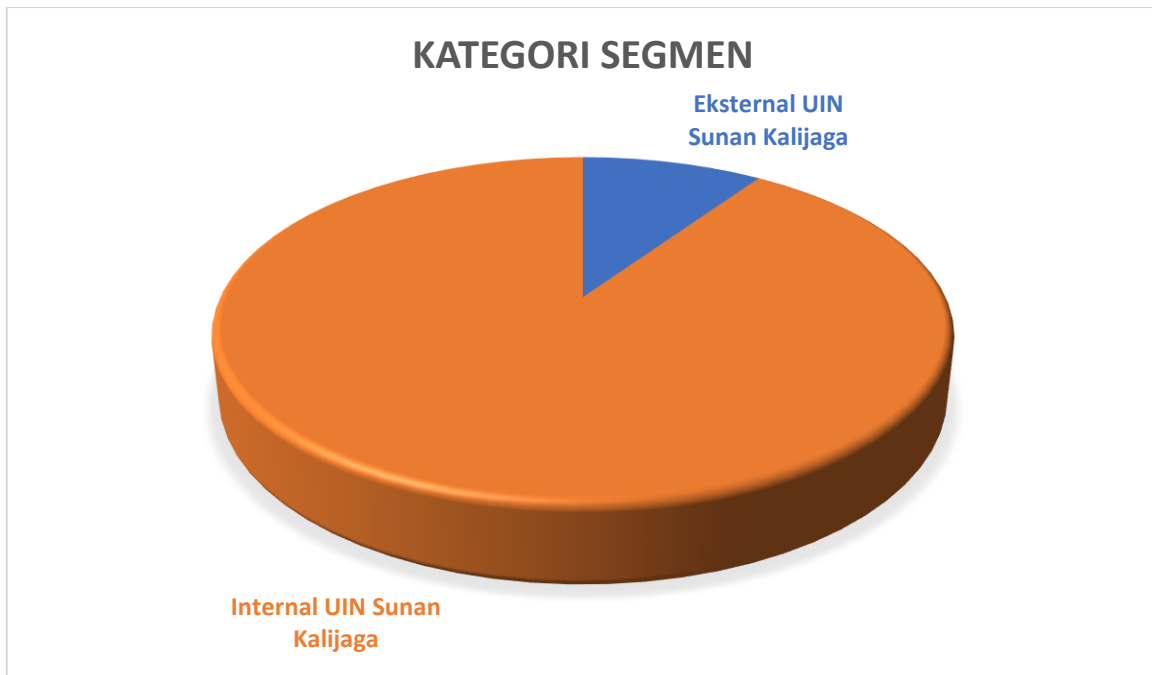


**Gambar 6. Frekuensi Penggunaan Layanan**

Kemudian Gambar 6 di atas menunjukkan frekuensi penggunaan layanan unit bisnis paling banyak di kategori Kadang-kadang (1-2 kali dalam 3 bulan) sebanyak 40,1% (59 orang), dilanjutkan kategori Jarang (1-2 kali dalam 1 tahun) sebanyak 27% (40 orang), kemudian kategori Sering (1-2 kali dalam 1 bulan) sebanyak 19,7% (29 orang), dan terakhir kategori Selalu (1-2 kali/lebih dalam 1 minggu) sebanyak 12,9% (19 orang).

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 90,5% (133 orang) yang berasal dari beberapa fakultas/Lembaga/unit. Sedangkan responden eksternal berjumlah 9,5% (14 orang).

Berdasarkan informasi yang terdapat dalam gambar-gambar tersebut, dapat dipahami bahwa pasar utama bagi unit bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta terletak di lingkungan internal kampus. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang terfokus pada segmen internal kampus menjadi krusial. Namun demikian, tidak boleh diabaikan pula potensi segmen pasar eksternal. Adalah penting untuk melakukan survei yang khusus mengenai minat civitas akademika UIN Sunan Kalijaga yang bukan konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga.



**Gambar 7. Kategori Segmen Pelanggan (Internal/Eksternal)**

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

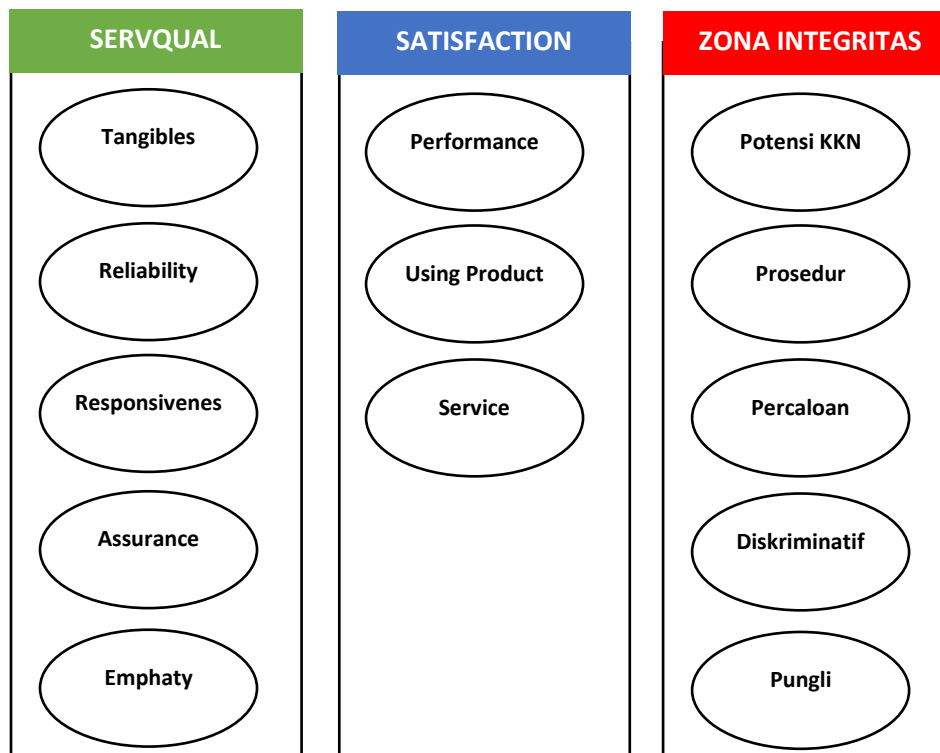
Dari analisis data yang dilakukan pada survei ini, rekomendasi untuk melakukan survei yang lebih terfokus pada masing-masing unit bisnis menjadi penting. Penggunaan metode quota sampling dapat memastikan distribusi data yang lebih merata, sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih mendetail dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan serta penyusunan strategi yang lebih efektif di setiap unit bisnis yang dikelola oleh PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



Survei yang lebih terperinci ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih mendalam mengenai kebutuhan dan preferensi pengguna layanan, serta membantu dalam mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi operasional di semua unit bisnis yang ada di PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## 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.



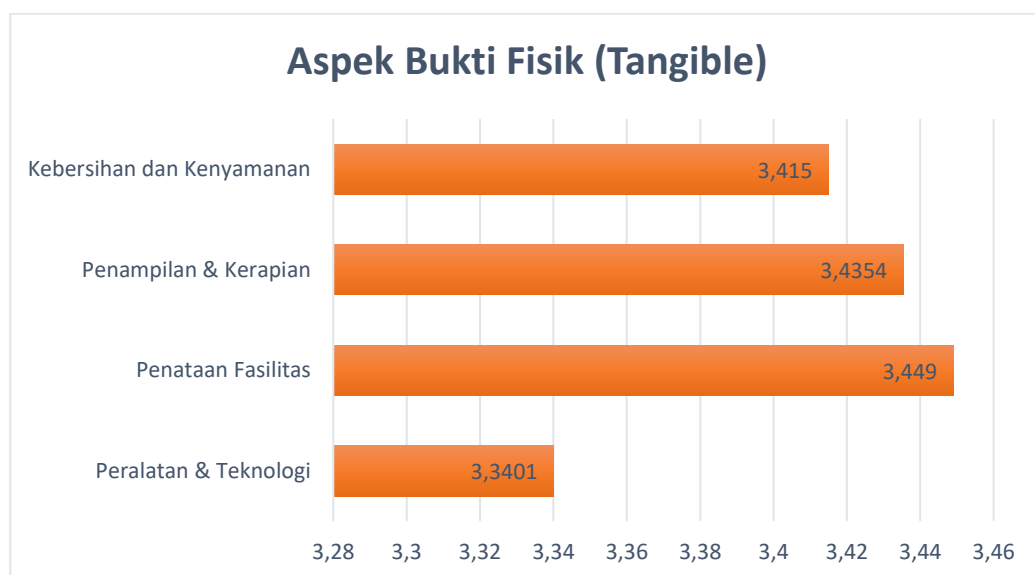
**Gambar 8. Konstruk Survei**

## ❖ KUALITAS PELAYANAN (SERVQUAL)

Berdasarkan survei kepuasan konsumen dan mitra kerjasama PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta periode satu semester yakni Januari - Juni 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*)**

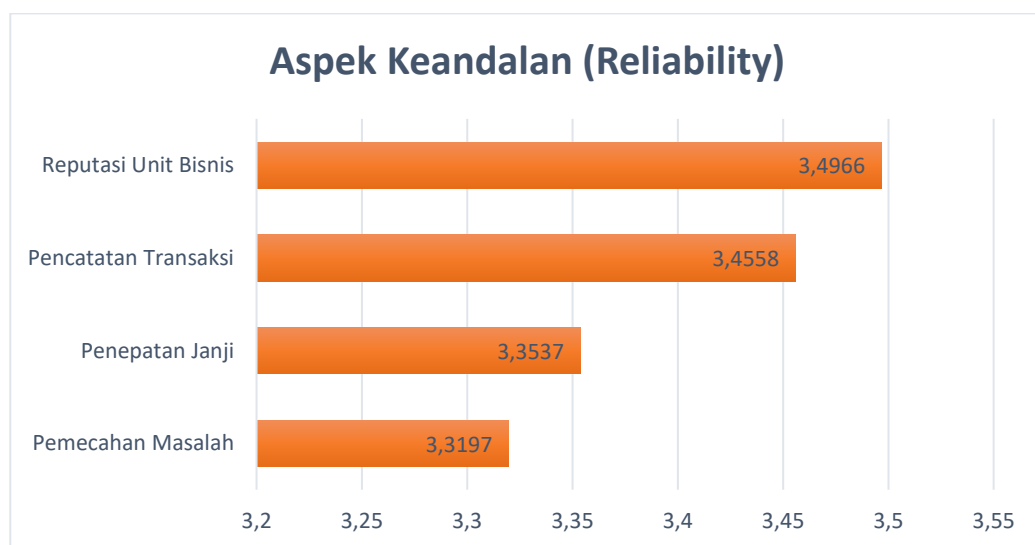
Pada aspek ini menunjukkan kemampuan unit bisnis dalam menyediakan teknologi, sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sebagai bukti nyata dari pelayanan yang diberikan PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasil survei menunjukkan bahwa kualitas teknologi (peralatan dan perlengkapan) yang dipergunakan oleh unit bisnis, penataan fasilitas fisik (gedung, ruang layanan, dan lainnya), serta penampilan petugas/karyawan. Dengan nilai rata-rata untuk Aspek *Tangible* sebesar 3,4099. Dengan indikator penataan fasilitas fisik (gedung, ruang layanan, dan lainnya) mendapatkan poin tertinggi. 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*)**

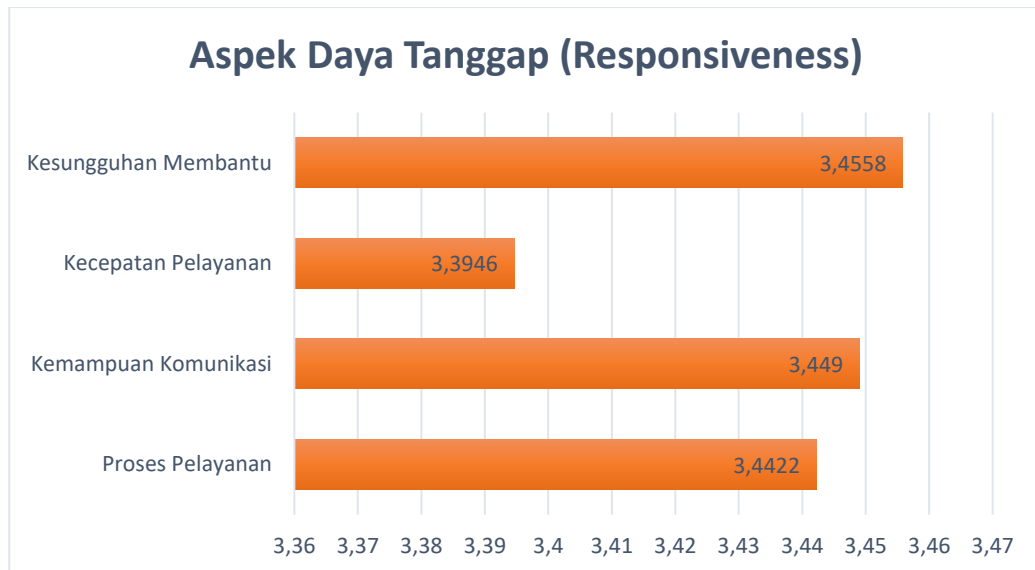
Aspek ini menunjukkan kemampuan unit bisnis untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Hasil survei menunjukkan bahwa kemampuan unit bisnis dalam pemecahan masalah yang dihadapi konsumen dan mitra kerja, ketepatan dalam memenuhi janji, pencatatan transaksi dan reputasi unit bisnis baik. Dengan nilai rata-rata untuk Aspek *Reliability* sebesar 3,4065, 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*)**

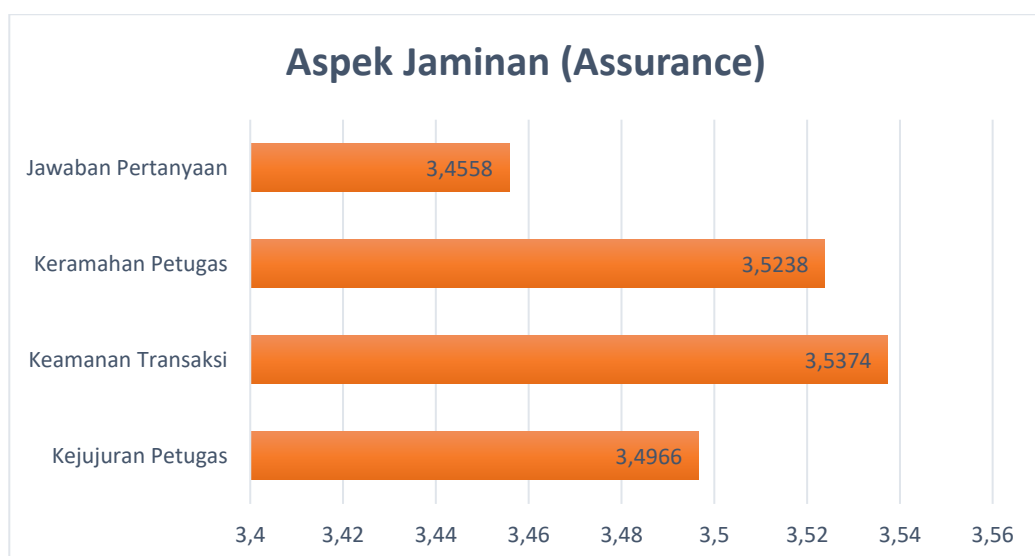
Aspek daya tanggap menunjukkan kemauan petugas/karyawan unit bisnis untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Dengan nilai rata-rata untuk Aspek *Responsiveness* sebesar 3,4354, dengan skor tertinggi ada pada indikator Kesungguhan Membantu. Jadi, secara singkat dapat disimpulkan bahwa petugas unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki integritas tinggi dalam membantu konsumen, memiliki komunikasi yang sangat baik, kemauan dalam membantu pelanggan dan mitra kerja dengan memberikan layanan dan serta cepat dan responsive.



**Gambar 11. Kualitas Pelayanan Unit Bisnis pada Aspek Daya Tanggap**

- **Aspek Jaminan (Assurance)**

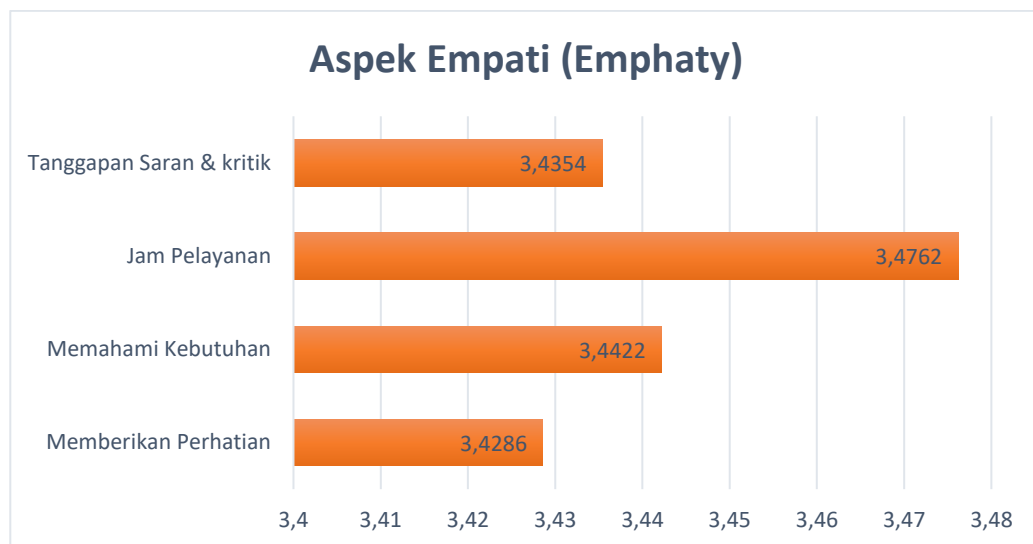
Aspek ini menekankan pada jaminan dan kepastian, yaitu kredibilitas, keamanan transaksi, keramahan, dan kemampuan petugas/karyawan unit bisnis untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan dan mitra kerjasama kepada unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun untuk nilai rata-rata Aspek Assurance sebesar 3,5034, hal ini menunjukkan nilai yang tinggi. serta untuk skor tertinggi ada pada indikator Keamanan Transaksi. 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*)**

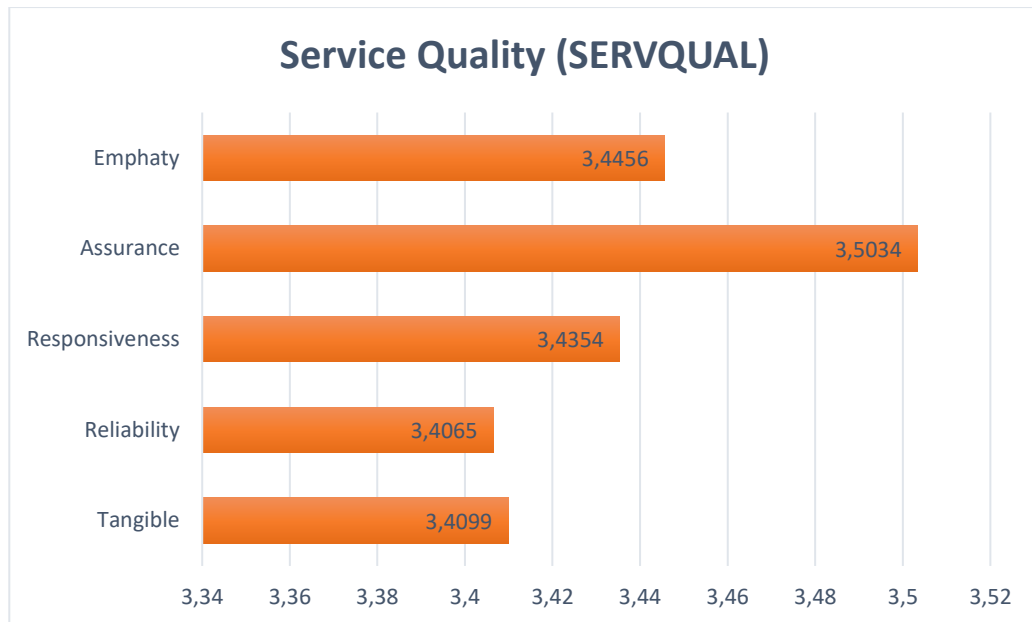
Pada aspek ini, unit bisnis memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dan mitra, dimana unit bisnis diharapkan memiliki pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan dan menanggapi kiritk & saran yang masuk. nilai rata-rata untuk Aspek *Emphaty* sebesar 3,4456, dengan skor tertinggi ada pada indikator jam pelayanan. 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**

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang disediakan oleh unit-unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dinilai sangat baik dengan menggunakan skala penilaian dari 1 hingga 4. Hasil ini mengindikasikan bahwa setiap aspek kualitas layanan (SERVQUAL) yang diukur menunjukkan kinerja yang memuaskan.





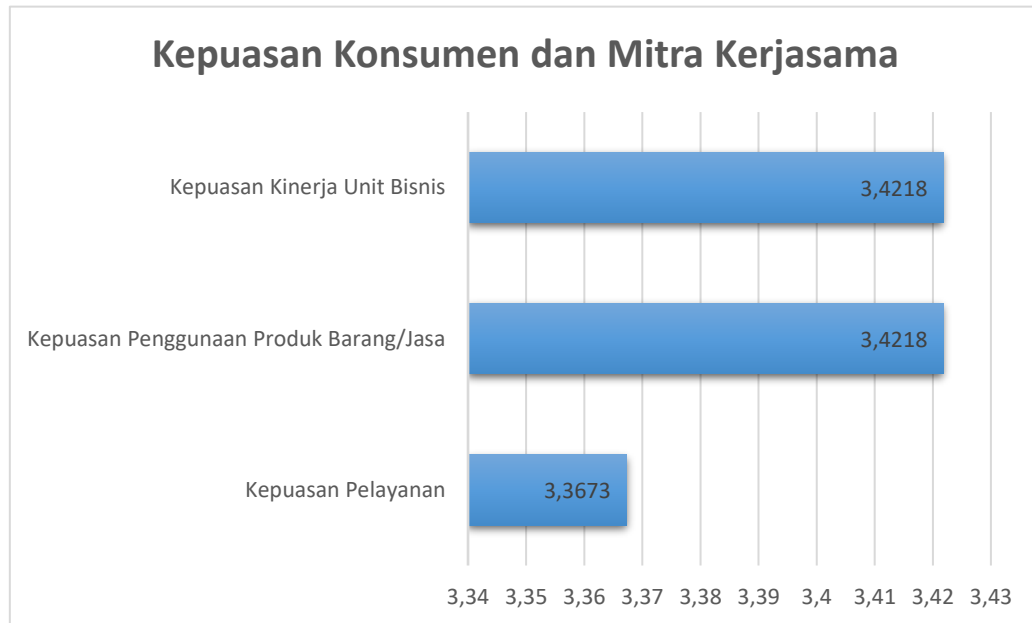
**Gambar 14. Kualitas Pelayanan Unit Bisnis (Seluruh Aspek)**

Pada dimensi Assurance, unit-unit bisnis menunjukkan kinerja terbaik dengan skor tertinggi, mengindikasikan bahwa mereka mampu memberikan kepercayaan, keyakinan, dan rasa aman kepada pelanggan dengan baik. Dimensi berikutnya adalah Emphaty dan Responsiveness, yang menunjukkan bahwa unit bisnis memperhatikan dan memahami kebutuhan pelanggan, serta merespon dengan cepat dan efektif. Tangible dan Reliability juga mendapat penilaian yang baik, menandakan kemampuan unit bisnis dalam menyediakan layanan yang memiliki bukti fisik yang baik dan konsistensi dalam keandalan layanan yang diberikan.

Analisis ini mencerminkan upaya unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas layanan mereka sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, evaluasi ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kinerja unit bisnis dalam memenuhi standar kualitas layanan yang diharapkan.

#### ❖ **KEPUASAN KONSUMEN DAN MITRA KERJASAMA**

Hasil survei kepuasan konsumen dan mitra kerjasama PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada Semester I (Januari – Juni) Tahun Anggaran 2024 dapat dilihat pada Gambar 15 di bawah ini.



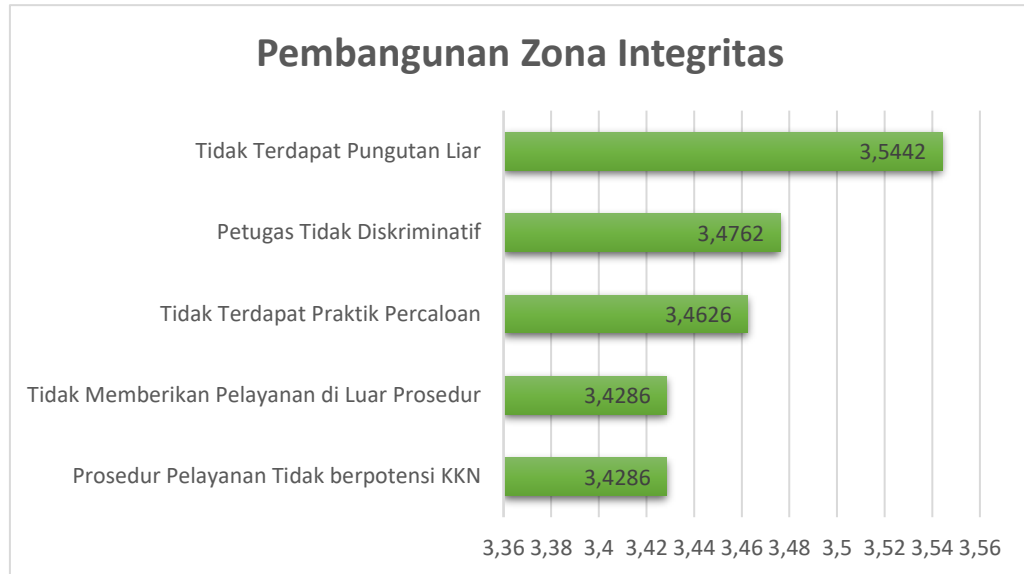
**Gambar 15. Kepuasan Konsumen dan Mitra Kerjasama**

Survei ini menunjukkan bahwa konsumen dan mitra kerjasama menyatakan kepuasan mereka terhadap produk barang/jasa, pelayanan, dan kinerja yang disediakan oleh PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan skor rata-rata mencapai 3,4036 dalam skala penilaian 1 hingga 4. Poin tertinggi dari hasil survei adalah kepuasan terhadap kinerja unit bisnis dan kepuasan terhadap penggunaan produk barang/jasa, diikuti dengan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

Hasil survei ini menggambarkan bahwa tingkat kepuasan konsumen dan mitra kerjasama terhadap berbagai aspek yang ditawarkan oleh PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sudah mencapai tingkat yang memuaskan. Skor yang tinggi menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh unit bisnis dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan telah berhasil memberikan dampak positif.

#### ❖ PEMBANGUNAN ZONA INTEGRITAS

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.

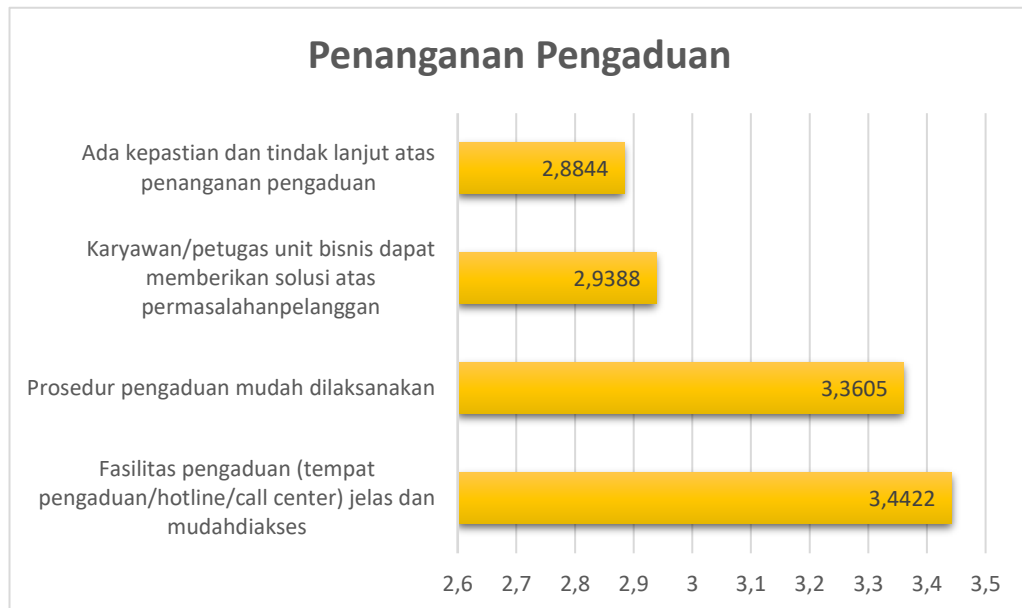


**Gambar 16. Pembangunan Zona Integritas**

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 3,4680 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 3,1565.



**Gambar 17. Penanganan Pengaduan**

Adapun rinciannya sebagai berikut: PPB UIN SUKA menyediakan fasilitas pengaduan, berdasarkan persepsi konsumen fasilitas pengaduan mendapatkan poin 3,4422 dari skala 4. Dan disusul kemudahan prosedur pengaduan mendapatkan poin 3,3605 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 2,9388 dari skala 4. Serta konsumen dan mitra kerjasama telah mendapat kepastian dan tindak lanjut atas penanganan pengaduan mereka dengan poin 2,8844 dari skala 4.

## KESIMPULAN

Laporan monitoring dan evaluasi kepuasan pengguna layanan & mitra kerjasama serta pembangunan zona integritas PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Semester I (Januari – Juni) Tahun Anggaran 2024 mengindikasikan pencapaian yang sangat positif. Pada variabel Pelayanan Prima untuk periode Semester I tahun 2024, skornya mencapai 3,44 dalam skala penilaian 1 hingga 4. Sementara untuk variabel Kepuasan Pelanggan, skornya adalah 3,40, mengalami peningkatan sebesar 0,03 dari periode sebelumnya yaitu 3,37 (Semester II tahun 2023).

Secara keseluruhan, pelanggan merasa puas dengan produk dan layanan yang disediakan oleh unit bisnis PPB UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Demikian pula, untuk variabel Pembangunan Zona Integritas tahun 2024 Semester I, skornya mencapai 3,47, menunjukkan bahwa petugas di unit bisnis tersebut menjalankan tugas dengan tingkat integritas yang sangat baik. Terkait dengan Penanganan Pengaduan, petugas dinilai telah memberikan upaya yang baik dalam memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan mitra kerjasama, dengan skor sebesar 3,16 dalam skala 1 hingga 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