

**ANALISIS KEPUASAN ORANG TUA/ WALI MURID TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN DI TAMAN KANAK-KANAK
KUNCUP HARAPAN DEPOK**

SKRIPSI

N a m a : VERONIKA DWI KURNIASARI

NIM : 43105110289



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2009**

**ANALISIS KEPUASAN ORANG TUA/ WALI MURID TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN DI TAMAN KANAK-KANAK
KUNCUP HARAPAN DEPOK**

SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen

N a m a : VERONIKA DWI KURNIASARI

NIM : 43105110289



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2009**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Veronika Dwi Kurniasari
NIM : 43105110289
Program Studi : Manajemen S-1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta,

(Veronika Dwi Kurniasari)
NIM : 43105110289

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Veronika Dwi Kurniasari
NIM : 43105110289
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN ORANG TUA/WALI
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
JASA DI TAMAN KANAK-KANAK
KUNCUP HARAPAN DEPOK
Tanggal Ujian Skripsi : 28 Pebruari 2009

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Daru Asih S.E., M.Si)

Dekan,

Ketua Program Studi Manajemen - S1

(Dra. Yuli Harwani R,MM)

(Arief Bowo Prayoga K, SE.,MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Analisis Kepuasan Orang Tua / Wali Murid Terhadap Kualitas Pelayanan

Di Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok

(Studi Kasus Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok)

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

Veronika Dwi Kurniasari

43105110289

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 28 Pebruari 2009

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

Daru Asih SE, M.Si

Anggota Dewan Penguji

Hj. Evawati Khumaed, Dra, M.Si

Anggota Dewan Penguji

Luna Haningsih, SE,ME

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas bimbingan dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi berjudul “ANALISIS KEPUASAN ORANG TUA/WALI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI TAMAN KANAK-KANAK KUNCUP HARAPAN DEPOK” ini dengan baik.

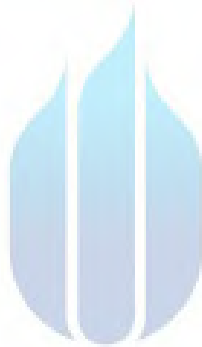
Tujuan dibuatnya Skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan akademik guna meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) yang telah ditetapkan oleh Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan dorongan dan semangat baik langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Untuk itu penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Daru Asih S.E.,M.Si, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir.
2. Bapak Arief Bowo Prayoga K, S.E., MM, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen - S1.
3. Suamiku dan anak-anakku Kevin dan Nauli, yang telah memberikan semangat, dan terima kasih atas pengorbanan waktunya selama ini yang tidak sia-sia.
4. Ibu dan Bapak, terima kasih doa restunya.
5. Keluarga Besar Kuncup Harapan, yang merupakan kebanggaanku.

6. Orang Tua Murid Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan, yang telah berkenan menjadi responden penelitian ini.
7. Dan semua pihak yang telah membantu sehingga Skripsi ini dapat selesai pada waktunya.

Penulis juga menyadari atas kekurangan yang ada dalam Skripsi ini, oleh karena itu penulis menghargai setiap kritik dan saran membangun untuk menyempurnakan Skripsi ini.

Akhir kata semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Terima kasih.



Depok, Januari 2009

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	9
2.3 Harapan dan Kepuasan Konsumen	11
2.4 Memahami Perilaku Konsumen Yang Tidak Puas	12

	2.5 Definisi Jasa	15
	2.6 Karakteristik Jasa	18
	2.7 Definisi Kualitas Jasa	19
	2.8 Manfaat Program Kepuasan Pelanggan	21
	2.9 Elemen Program Kepuasan Pelanggan	24
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1 Gambaran Umum	27
	3.1.1 Lokasi Penelitian	27
	3.1.2 Sejarah dan Perkembangan	
	Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan	27
	3.1.3 Struktur Organisasi dan Pelaksanaan	
	Kegiatan Pelayanan	30
	3.2 Metode Penelitian	37
	3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	38
	3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	38
	3.5 Metode Pengumpulan Data	39
	3.6 Metode Analisis Data	40
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Karakteristik Responden	45
	4.2 Analisis Faktor Penentu Kualitas Jasa	48
	4.3 Diagram Kartesius	67

4.4 Analisis Faktor-faktor Jasa	
Yang Belum Memuaskan Konsumen	
Dalam Pelaksanaan Kualitas Pelayanan Sekolah.....	74
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4.1 Data Para Responden	46
Tabel 4.2 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Kurikulum.....	51
Tabel 4.3 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Pengajaran	52
Tabel 4.4 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Kemampuan Guru Melaksanakan Pembelajaran	53
Tabel 4.5 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Kemampuan Berbahasa Guru	54
Tabel 4.6 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Kemampuan Guru Mengenal Karakter Murid	55
Tabel 4.7 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Keramahan Guru	56
Tabel 4.8 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Penanganan Konsultasi Bagi Orang Tua.....	57
Tabel 4.9 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Penanganan Keluhan	58
Tabel 4.10 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Kecekatan Petugas Non-Guru	59
Tabel 4.11 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Keramahan Petugas Non-Guru Dalam Memberikan Pelayanan	60

Tabel 4.12 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap	
Ketersediaan Sarana Belajar.....	61
Tabel 4.13 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap	
Ketersediaan Sarana Bermain	62
Tabel 4.14 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Sarana Lain	63
Tabel 4.15 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap	
Biaya Sekolah Yang Ditawarkan	64
Tabel 4.16 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap	
Lokasi Yang Strategis	65
Tabel 4.17 Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan	
Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Pengantar Dalam	
Pembelajaran	66
Tabel 4.18 Penilaian Kerja, Penilaian Harapan, dan	
Tingkat Kesesuaian Konsumen Terhadap Kualitas	
Layanan / Jasa TK Kunci Harapan.....	68
Tabel 4.19 Perhitungan Rata-rata Dari Penilaian Kinerja	
Dan Penilaian Harapan.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 3.1 Diagram Kartesius	31
Gambar 3.2 Importance Analysis.....	44
Gambar 4.1 Grafik Kartesius.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Struktur Organisasi TK Kuncup Harapan
- Lampiran 2 Daftar Kuesioner
- Lampiran 3 Data Mentah



ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sehingga nanti akan terlihat pelayanan yang sudah memberi kepuasan dan yang masih harus ditingkatkan, serta apa yang menjadi prioritas konsumen dalam memilih faktor yang dianggap penting. Data yang diperoleh melalui survey dan dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 orang tua murid Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Convenience Sampling*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis*.

Hasil pengujian menunjukkan ada satu faktor dari 16 faktor yang diteliti harus mendapat perhatian dari pihak sekolah. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah faktor yang diteliti agar didapat hasil yang lebih akurat.

Kata kunci : Kinerja sekolah, harapan konsumen, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pendidikan prasekolah merupakan penyelenggaraan pendidikan sebelum jenjang pendidikan sekolah atau sekolah dasar. Dalam Peraturan Pemerintah No. 27 tahun 1990 Bab II Pasal 3 dinyatakan bahwa “Pendidikan prasekolah bertujuan untuk membantu meletakkan dasar ke arah perkembangan sikap, pengetahuan, keterampilan dan daya cipta yang diperlukan oleh anak didik dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya dan untuk pertumbuhan serta perkembangan selanjutnya“. Dalam pasal 4 dinyatakan bahwa bentuk satuan pendidikan prasekolah ini terdiri dari Taman Kanak-Kanak yang terdapat di jalur pendidikan sekolah, dan Kelompok Bermain serta Penitipan Anak yang terdapat pada jalur Pendidikan Luar Sekolah.

Pendidikan anak usia dini adalah suatu upaya pembinaan yang ditujukan kepada anak sejak lahir sampai dengan usia enam tahun yang dilakukan melalui pemberian rangsangan pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani agar anak memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan lebih lanjut.

Salah satu wadah pendidikan usia dini ini adalah Taman Kanak-Kanak. Adapun pengertian Taman Kanak-Kanak menurut Kurikulum 2004 Standar Kompetensi adalah salah satu bentuk satuan pendidikan anak usia dini pada

jalur pendidikan formal yang menyelenggarakan program pendidikan anak usia 4 tahun sampai 6 tahun.

Sejalan dengan diberlakukannya otonomi daerah, sistem pendidikan nasional pun harus berpihak kepada daerah tanpa harus meninggalkan sifat “nasionalnya”. Artinya sistem pendidikan nasional tumbuh harus berpihak kepada kebutuhan dan perkembangan masyarakat di daerah pada satu sisi dan di sisi lain berorientasi pada kepentingan nasional, yakni mencerdaskan kehidupan bangsa.

Pendidikan anak usia dini harus menerapkan azas otonomi daerah, di mana pendidikan diselenggarakan oleh keluarga, masyarakat dan pemerintah sebagai satu kesatuan yang sistematis, terbuka dan multi makna. Pentingnya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pendidikan anak dini usia harus lebih ditingkatkan. Sebab masih terdapat paradigma yang salah mengenai fungsi Taman Kanak-Kanak yakni menjadikan Taman Kanak-Kanak sebagai miniatur Sekolah Dasar.

Secara umum permasalahan pendidikan yang sangat mendasar masih berkisar pada belum tercapainya pemerataan dan rendahnya kualitas hasil pendidikan. Penduduk buta huruf usia 10 tahun ke atas masih cukup tinggi ada berkisar 18,7 juta orang (11%) dan usia 10 – 44 tahun tercatat 5,9 juta orang. Masih banyaknya penduduk buta huruf karena masih terus terjadi siswa putus Sekolah Dasar.

Sementara itu dari sekitar 26 juta anak usia 0-6 tahun yang ada baru sekitar 7,5 juta (27%) yang terlayani pendidikannya melalui berbagai satuan

pendidikan prasekolah untuk pendidikan anak dini usia. Khusus anak usia 4-6 tahun yang seluruhnya 12,6 juta masih ada sekitar 8 juta anak (63,4 %) yang belum terlayani pendidikannya.

Di Singapura dan Korea Selatan misalnya, hampir seluruh anak dini usia telah dilayani. Contoh lain di Malaysia hampir 70%. Bahkan di Singapura masalah penuntasan dua bahasa, yaitu bahasa China dan Inggris telah terselesaikan di tingkat Kindergarten (Taman Kanak-Kanak). Hal ini terbukti bahwa peringkat ketiga negara tersebut dalam hal kualitas Sumber Daya Manusia jauh lebih dari pada negara kita.

Fenomena ini ditanggapi oleh masyarakat pemerhati pendidikan dan mereka tergerak untuk menyelenggarakan Taman Kanak-Kanak karena pemerintah belum menanggapi dengan maksimal. Terbukti dengan lebih banyaknya Taman Kanak-Kanak dikelola oleh pihak swasta ketimbang pemerintah.

Saat ini banyak bermunculan Taman Kanak-Kanak dengan berbagai karakter, baik yang bertaraf nasional maupun internasional. Dari yang gedungnya mewah sampai yang hanya garasi mobil. Semuanya ini menimbulkan terjadinya persaingan di bidang jasa pendidikan Taman Kanak-Kanak yang cukup ketat. Masing-masing sekolah mempunyai program unggulan yang akan dijadikan sarana promosi di samping fasilitas yang dimiliki. Program promosi dengan media cetak, elektronik bahkan melalui internet pun kini sudah menjadi hal yang tidak aneh bagi jasa pendidikan, sehingga kepiawaan sekolah dalam membuat program promosi dapat

merupakan usaha untuk memenangkan persaingan di pasar. Demikian juga dengan kepuasan konsumen terhadap layanan pendidikan yang diberikan. Mengingat jasa pendidikan adalah produk yang dapat dirasakan manfaatnya ketika anak telah menyelesaikan pendidikan maka menilai tingkat kepuasan adalah hal yang sulit dilakukan terlebih produk ini memiliki sifat *unreal* sehingga akan banyak faktor yang mempengaruhi keakuratannya.

Dengan memahami kebutuhan konsumen, diharapkan organisasi dapat menyediakan layanan yang memuaskan. Ketika konsumen merasa puas dengan apa yang telah diberikan, maka ia akan melakukan pembelian ulang, bahkan bisa menjadi alat promosi yang paling efektif. Mereka akan menjadi pelanggan yang fanatik. Demikian juga sebaliknya pelanggan yang mengalami ketidakpuasan, akan memberi pengaruh negatif terhadap layanan yang kita jual. Dan akhirnya pelanggan akan meninggalkan kita.

Upaya mempertahankan pelanggan harus mendapat prioritas yang lebih besar lagi dibandingkan upaya mendapat pelanggan baru. Karena umumnya lebih murah untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada daripada menarik pelanggan baru. Kehilangan pelanggan dapat menjadi bencana di dalam pasar, oleh karena itu loyalitas pelanggan berdasar kepuasan yang murni dan terus menerus merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin di dapat oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis berkeinginan untuk mengangkat permasalahan ini ke dalam bentuk penelitian yang berjudul : **“ANALISIS KEPUASAN ORANG TUA/ WALI MURID TERHADAP KUALITAS**

PELAYANAN DI TAMAN KANAK-KANAK KUNCUP HARAPAN DEPOK”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka di dalam penulisan penelitian ini yang menjadi perumusan masalahnya adalah :

“Bagaimanakah kepuasan Orang Tua /Wali Murid terhadap kualitas pelayanan Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok?”

1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya ruang lingkup penelitian yang ada, maka penulis memberikan batasan terhadap permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu :

“Hal-hal yang berhubungan dengan kepuasan orang tua/wali murid (pemakai jasa) terhadap kualitas pelayanan Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok, dalam hal ini orang tua sebagai pelanggan”

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk :

1. Mengetahui kebutuhan pelanggan pada Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan seberapa besar pembelian dilakukan oleh pelanggan.

3. Memberikan usulan untuk membenahi strategi pemasaran agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan di pasar.

Melalui penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan kegunaan, yaitu:

1. Bagi penulis sebagai media aplikatif mengembangkan teori yang sudah dipelajari di bangku kuliah.
2. Bagi perusahaan penelitian ini sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dan memonitor tingkat kepuasan pelanggan.
3. Bagi pembaca penelitian ini sebagai referensi untuk menulis skripsi.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran

Secara tidak langsung setiap manusia pasti berhubungan dengan proses pemasaran, karena pemasaran merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran juga harus dapat menafsirkan kebutuhan dan keinginan manusia dan mengkombinasikannya dengan kebutuhan pasar, seperti apa yang diperlukan konsumen, lokasi konsumen dan pelayanan yang diinginkan konsumen.

Para ahli telah mengemukakan definisinya tentang pemasaran, walaupun para ahli mendefinisikan secara berbeda-beda tetapi mempunyai pengertian yang sama, perbedaan ini disebabkan oleh latar belakang yang berbeda, ada yang menitikberatkan pada segi barang, segi fungsi, segi kelembagaan, segi manajemen, ada pula yang menitikberatkan pada semua segi dan menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dan dikaitkan satu sama lain. Untuk lebih jelasnya dibawah ini terdapat beberapa pendapat dari para pakar tentang pemasaran. Menurut Philip Kotler (2002:9) dalam bukunya Manajemen Pemasaran, edisi milenium, adalah sebagai berikut:

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Dari definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam memenuhi keinginannya, manusia perlu melakukan suatu proses sosial antar sesama. Sebagaimana suatu proses dapat berhasil, maka memerlukan suatu tujuan yang diharapkan oleh masing-masing individu atau kelompok yang saling berinteraksi satu sama lain untuk melaksanakan pertukaran suatu barang.

Selanjutnya pemasaran didefinisikan oleh AMA (American Marketing Association) (Kotler dan AB. Susanto 2001:19), adalah sebagai berikut:

Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, pemberian harga, promosi dan pendistribusian ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu dan tujuan organisasi.

Dari definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui perencanaan yang tepat yaitu dengan penentuan harga, promosi, distribusi barang atau jasa yang berorientasi pada bisnis.

Akhir definisi pemasaran menurut Boyd-Walker-Carreche (2000:4) dalam bukunya Manajemen Pemasaran adalah sebagai berikut:

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain untuk mengembangkan hubungan pertukaran.

Dari definisi di atas dapat penulis simpulkan bahwa arti pemasaran jauh lebih luas daripada arti penjualan. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mendefinisikan kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga pokok yang sesuai, menentukan cara promosi dan penyaluran atau penjualan pokok yang sesuai, menentukan cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut. Jadi kegiatan pemasaran adalah kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem.

2.2 Pengertian Kepuasan Konsumen

Sebenarnya konsep kepuasan konsumen masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan konsumen merupakan proses yang sederhana sekaligus kompleks dan rumit.

Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara lebih baik, maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan.

Secara umum pengertian kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan antara harapan (*expectation*) dengan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Atau dengan kata lain dapat dikatakan bahwa kinerja yang ada dalam suatu produk sekurang- kurangnya harus sama dengan seperti apa yang diharapkan oleh konsumen.

Menurut Philip Kotler (2002:42) dalam bukunya Manajemen Pemasaran, edisi milenium, adalah sebagai berikut : “Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.”

Dari definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen diperoleh setelah konsumen merasakan dan membandingkan antara persepsi/kesan terhadap kinerja/hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada di bawah harapan maka konsumen akan mengalami ketidakpuasan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Dan jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan merasa amat puas atau senang.

Adanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, yaitu :

- a. Hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang.
- c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
- d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut.

- e. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata konsumen.
- f. Keuntungan yang diperoleh dapat meningkat.

2.3 Harapan dan Kepuasan Konsumen

Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman berbelanja di masa lampau, opini teman dan kerabat serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaingnya. Hal-hal tersebut yang menyebabkan harapan seseorang dapat dikatakan biasa-biasa saja atau tidak. Hal ini disebabkan karena konsumen adalah satu-satunya yang dapat menilai pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima (*perception*) dengan pelayanan yang mereka harapkan (*expectation*).

Tidak semua harapan pelanggan terpenuhi ada beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan konsumen, yaitu :

1. Konsumen keliru mengkomunikasikan jasa yang diinginkan.
2. Konsumen keliru menafsirkan signal (harga *positioning* dan lain-lain).
3. Kinerja karyawan jasa yang buruk.
4. Miskomunikasi rekomendasi dari mulut ke mulut.
5. Miskomunikasi penyedia jasa untuk pesaing.

Diantara beberapa faktor penyebab tersebut ada yang dikendalikan oleh penyedia jasa. Dengan demikian penyedia jasa bertanggungjawab untuk meminimumkan miskomunikasi yang terjadi dan menghindarinya dengan cara merancang jasa yang mudah dipahami dengan jelas oleh konsumen.

Terkadang konsumen selalu membandingkan apa yang selayaknya ia terima, meskipun berada ditingkat yang rendah. Keyakinan konsumen yang kuat tentang apa yang seharusnya ia terima, disebabkan 2 faktor yaitu :

1. Jaminan yang disediakan oleh penyedia jasa.
2. Pemakaian jasa sebelumnya.

Kedua faktor ini berpengaruh terhadap harapan konsumen yang kemudian akan dapat meningkatkan ketidakpastiannya bila jasa yang disampaikan tidak memenuhi harapannya.

2.4 Memahami Perilaku Konsumen yang Tidak Puas

Konsumen mengeluh merasa tidak puas karena harapan yang tidak terpenuhi. Dengan demikian semakin tinggi harapan prapembelian seorang konsumen, maka semakin besar kemungkinan tidak puas terhadap jasa yang dikonsumsi.

Menganalisis konsumen yang tidak puas, merancang sistem penanganan keluhan yang efisien dan syarat-syarat jaminan (garansi) yang baik merupakan strategi yang cukup efektif untuk membangun kepuasan konsumen. Dalam hal terjadi ketidakpuasan ada beberapa kemungkinan tindakan yang dapat dilakukan konsumen yaitu :

1. Tidak melakukan apa-apa

Konsumen yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka tidak menggunakan perusahaan jasa itu lagi.

2. Melakukan complain

Pelanggan akan melakukan complain terhadap perusahaan jasa yang bersangkutan, dalam hal ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen yang tidak puas akan melakukan complain atau tidak yaitu:

- a. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan. Hal ini menyangkut derajat pentingnya jasa yang dikonsumsi dan harga bagi konsumen. Apabila derajat kepentingan, biaya dan waktu yang dibutuhkan relatif tinggi maka konsumen akan cenderung melakukan complain.

- b. Tindak ketidakpuasan konsumen

Semakin tidak puas seorang konsumen maka semakin besar kemungkinan konsumen akan melakukan complain.

- c. Manfaat yang diperoleh

Apabila manfaat yang diperoleh dan penyampaian complain besar, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen akan melakukan complain.

Manfaat yang diperoleh terdiri dari 4 jenis yaitu :

- (1) Manfaat emosional, yakni kesempatan untuk menuntut hak, menumpahkan kekesalan dan kemarahan serta menerima maaf.
- (2) Manfaat fungsional, yakni pengembalian uang, penggantian jasa yang dibeli, reparasi dengan ganti uang rugi.
- (3) Manfaat bagi orang lain, yaitu membantu konsumen agar terhindar dari ketidakpuasan dari pelayanan yang buruk.

(4) Manfaat untuk menyempurnakan produk, yaitu untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan atau memperbaiki jasa yang ditawarkan.

d. Pengetahuan dan pengalaman

Dalam hal ini meliputi pengetahuan konsumen, akan jasa dan pengalaman konsumen di masa lalu, sehingga mendorong konsumen untuk melakukan komplain.

e. Sikap konsumen terhadap keluhan

Konsumen yang bersikap positif terhadap penyampaian keluhan biasanya sering menyampaikan karena yakin akan manfaat positif yang diterimanya.

f. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi

Faktor ini mencakup waktu dengan biaya yang dibutuhkan untuk melakukan komplain, semakin tinggi tingkat kesulitannya, maka konsumen cenderung tidak akan melakukan komplain.

g. Peluang keberhasilan dalam melakukan complain

Apabila pelanggan merasa peluang keberhasilan dalam melakukan komplain besar maka cenderung ia akan melakukannya.

Kadangkala konsumen memilih menyebarluaskan keluhannya kepada masyarakat luas, karena secara psikologis lebih memuaskan. Selain itu mereka yakin akan mendapatkan tanggapan yang lebih cepat dari perusahaan yang bersangkutan. Biasanya konsumen datang ke perusahaan yang bersangkutan mengajukan keluhan dengan harapan:

- a. Ada seseorang yang mendengar keluhan itu secara aktif, lalu bersikap simpatik untuk mengambil tanggungjawab atas pemecahannya.
- b. Mendapatkan pelayanan secara langsung.
- c. Solusi yang tepat.

Jadi dalam menanggapi keluhan konsumen sebaiknya perusahaan menanggapi keluhan tersebut dengan positif, misalnya :

- (a) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menjelaskan situasi yang dihadapi secara lengkap.
- (b) Menunjukkan sikap bahwa perusahaan akan mengambillalih dan bersedia untuk membantu.
- (c) Menyetujui suatu keputusan bersama konsumen mengenai keberatan itu dan mengatakan apa yang dilakukan perusahaan.
- (d) Memastikan bahwa pihak perusahaan melakukan apa yang telah dijanjikan dan selanjutnya menyelesaikannya bersama konsumen untuk memastikan bahwa mereka puas.
- (e) Memberikan informasi yang jelas kepada konsumen.

2.5 Definisi Jasa

Ruang lingkup pemasaran tidak hanya mencakup pada hasil produk yang *tangible* saja, tetapi juga pada produk yang *intangible* seperti pada jasa-jasa pelayanan pendidikan dengan semakin meningkatnya persaingan pada industri jasa khususnya jasa pelayanan pendidikan, maka perlu penerapan ilmu pemasaran atas jasa tersebut.

Definisi jasa menurut Philip Kotler (2002:486), adalah sebagai berikut:

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk menghasilkan jasa mungkin memerlukan produk atau benda nyata. Di dalam jasa yang tidak terdapat adanya pemindahan hak milik atas benda tersebut.

Pengertian jasa menurut Valarie A. Zeithmal dan Mary Jo Bitner (Rambat Lupiyoadi 2001:5) memberi batasan tentang jasa sebagai berikut:

Service include all economic activities whose output is not a physical product or contruction is generally consumed the time it is produced, and provides added value informs (such as convenience, amusement, finelinness, comfort or healt that are essentiallty intangible concert or its fist purchaser.

Artinya :

Jasa adalah segala kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.

Dari definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa jasa merupakan kegiatan yang tidak berbentuk fisik atau barang. Jasa memberikan nilai tambah bagi pelanggan seperti kenikmatan, hiburan, santai serta kesehatan. Selama ini pemasaran jasa masih belum banyak diperhatikan, tapi melihat banyaknya jumlah uang yang membeli jasa tersebut, maka perusahaan jasa mulai serius. Hal ini ditambah pula dengan persaingan yang mulai ketat diantara penghasil jasa.

Melihat kenyataan tersebut pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran tradisional 4p (*product, price, place, promotion*) yang termasuk dalam pemasaran eksternal tradisional, tetapi juga pemasaran lainnya yaitu, pemasaran internal dan pemasaran interaktif.

a. Pemasaran eksternal tradisional

Pemasaran eksternal tradisional merupakan gambaran kerja normal yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempersiapkan, menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan jasa kepada konsumen.

b. Pemasaran internal

Pemasaran internal merupakan gambaran pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melihat dan memotivasi para karyawannya agar melayani para konsumennya dengan baik.

c. Pemasaran interaktif

Pemasaran interaktif merupakan gambaran atas keahlian karyawan di dalam melayani konsumennya secara profesional dan segala keahlian yang dimiliki.

Karena jasa pada umumnya bernilai tinggi dalam mutu atau kualitas pelayanan dan konsumen merasakan resiko yang lebih besar dalam membeli. Hal tersebut mengakibatkan konsekuensi :

1. Konsumen umumnya lebih percaya pada kata-kata yang keluar dari mulut kemulut daripada iklan pelayanan.
2. Merasa sangat tergantung pada harga, personal dan hal-hal fisik dalam menilai kualitas jasa.
3. Mereka akan sangat loyal kepada penyedia jasa tertentu apabila merasa puas.

2.6 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki lima karakteristik yang harus dipertimbangkan dalam merancang program pemasaran. Adapun kelima karakteristik tersebut adalah: Fandy Tjiptono (2005:18).

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa bersifat tidak berwujud. Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Jasa kerap kali tidak dapat dipisahkan dari pribadi penjual. Jasa harus diciptakan dan digunakan habis pada saat yang bersamaan.

3. *Variability* (tidak tetap)

Dalam bisnis jasa, sulit mencapai suatu hasil dengan kualitas yang sesuai dengan standar yang dibuat. Jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tentang dan siapa yang menyediakan, kapan dan dimana jasa tersebut disediakan. Oleh karena itu, konsumen seyogyanya benar-benar yakin pada kualitas penyedia jasa.

4. *Perishability* (tidak dapat disimpan)

Jasa bersifat perishability, artinya jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Jasa yang mudah rusak bukanlah merupakan masalah kalau permintaan bersifat konstan (teratur), karena dengan mudah penyedia jasa dapat mengatur pelayanan sebelumnya.

5. *Lack of ownership* (tidak dapat dimiliki)

Lack of ownership merupakan perbedaan dasar antara jasa dan barang. Konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Tetapi pelanggan tidak dapat memiliki jasa tersebut.

2.7 Definisi Kualitas Jasa

Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan menyampaikan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut American Society For Quality Control “kualitas

jasa adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat”.
(Phillip Kotler)

Ini jelas merupakan definisi kualitas berpusat pada pelanggan. Kita dapat mengatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila produk atau pelayanan penjual memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sebuah perusahaan yang hampir selalu memuaskan kebanyakan kebutuhan pelanggannya disebut perusahaan berkualitas.

Kotler (2002:499) mengungkapkan ada lima faktor dominan/penentu kualitas jasa yaitu:

1. Keandalan (*realibility*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan dalam hal ini pemberian pelayanan dengan segera dan memuaskan.

2. Daya Tanggap

Yaitu respon atau kesiapan perusahaan dalam membentuk konsumen dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap yang meliputi kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan konsumen/pelanggan.

3. Bukti Langsung (*tangibles*)

Yaitu bentuk penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan

kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

4. Jaminan (*assurance*)

Yaitu jaminan yang memberikan perusahaan kepada konsumennya pada saat mempergunakan jasa tersebut, dalam hal ini jaminan kepuasan konsumen mencakup pengetahuan, kesopanan dalam memberikan informasi, kemampuan memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

5. Empati (*empathy*)

Yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

2.8 Manfaat Program Kepuasan Pelanggan

Beberapa manfaat pokok dari Program Kepuasan Pelanggan diantaranya sebagai berikut:

1. Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Persaingan dalam banyak industri ditandai dengan *overcapacity* dan *oversupply*. Dalam berbagai kasus, hal ini menyebabkan pemotongan harga menjadi senjata strategis untuk meraih pangsa pasar. Fokus pada kepuasan pelanggan merupakan upaya mempertahankan pelanggan dalam rangka menghadapi para produsen berbiaya rendah. Banyak

perusahaan yang mendapati cukup banyak pelanggan yang bersedia membayar harga lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas yang lebih baik.

2. Manfaat ekonomis retensi pelanggan versus *perpetual prospecting*

Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih murah daripada terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru.

3. Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan

Berdasarkan konsep “*customer lifetime value*”, upaya mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan selama periode waktu yang lama bias menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar daripada pembelian individual.

4. Daya persuasive gethok tular (*word of mouth*)

Dalam banyak industri (terutama sektor jasa), pendapat/opini positif dari teman dan keluarga jauh lebih persuasif dan kredibel daripada iklan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total, namun juga menelaah sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain.

5. Reduksi sensitivitas harga

Pelanggan yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Hal itu disebabkan faktor kepercayaan (*trust*) telah terbentuk. Pelanggan yakin bahwa perusahaan langganannya tidak akan bersikap

oportunistik dan memanfaatkan mereka untuk kepentingan sesaat. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga ke pelayanan dan kualitas.

6. Kepuasan pelanggan sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan

Pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas pelayanan prima. Seringkali, juga dituntut investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditujukan untuk membahagiakan pelanggan saat ini dan masa depan. Program kepuasan pelanggan relatif mahal dan tidak mendatangkan laba dalam jangka pendek. Akan tetapi, hasilnya bisa dituai dalam jangka panjang dan manfaat tersebut dapat bertahan lama. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis di masa depan yang mengukur kecenderungan reaksi pelanggan terhadap perusahaan di masa yang akan datang. Ukuran-ukuran kinerja pasar lainnya (seperti penjualan dan pangsa pasar) merupakan ukuran historis. Ukuran-ukuran semacam itu hanya memberikan informasi mengenai kinerja perusahaan di masa lampau, namun tidak ‘berbicara banyak’ untuk kinerja masa depan. Jadi, ukuran kepuasan pelanggan lebih prediktif untuk kinerja masa depan daripada data akuntansi saat ini.

2.9 Elemen Program Kepuasan Pelanggan

Pada Umumnya Program kepuasan pelanggan meliputi kombinasi dari tujuh elemen utama, yakni :

1. Barang dan jasa berkualitas.

Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Paling tidak standarnya harus menyamai para pesaing utama dalam industri. Untuk itu berlaku prinsip “*quality comes first, satisfaction programs follow*”. Biasanya perusahaan yang tingkat kepuasaan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula. Seringkali itu merupakan cara mereka menjustifikasi harga yang lebih mahal.

2. Relationship marketing

Kunci pokok dalam setiap program promosi loyalitas adalah upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan. Asumsinya adalah bahwa relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan dapat membangun bisnis ulangan (*repeat business*) dan menciptakan loyalitas pelanggan.

3. Program promosi loyalitas

Program promosi loyalitas banyak diterapkan untuk menjalin relasi antara perusahaan dan pelanggan. Biasanya, program ini memberikan semacam “penghargaan” (*rewards*) khusus (seperti bonus, diskon, voucher, dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk/jasa perusahaan) kepada pelanggan kelas kakap

atau pelanggan rutin (*heavy users*) agar tetap loyal pada produk dari perusahaan bersangkutan.

4. Fokus pada pelanggan terbaik (*best customers*)

Sekalipun program promosi loyalitas beraneka ragam bentuknya, namun semuanya memiliki kesamaan pokok dalam hal fokus pada pelanggan yang paling berharga. Program-program semacam ini berfokus pada 20 persen dari pelanggan yang secara rutin mengonsumsi 80 persen dari penjualan.

5. Sistem penanganan komplain secara efektif

Penanganan komplain terkait erat dengan kualitas produk. Perusahaan harus memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkannya benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak awal. Baru setelah itu, jika ada masalah, perusahaan segera berusaha memperbaikinya lewat sistem penanganan komplain. Jadi, jaminan kualitas harus mendahului penanganan komplain.

6. *Unconditional guarantees*

Unconditional guarantees dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan program kepuasan pelanggan. Garansi merupakan janji eksplisit yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan akan mereka terima. Garansi ini bermanfaat dalam mengurangi resiko pembelian oleh pelanggan, memberikan sinyal mengenai kualitas produk, dan secara tegas menyatakan bahwa perusahaan bertanggungjawab atas produk/jasa yang diberikannya.

7. Program *pay-for-performance*

Program kepuasan pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi. Sebagai ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan berkewajiban memuaskan mereka, karyawan juga harus dipuaskan kebutuhannya. Dengan kata lain, total *customer satisfaction* harus didukung pula dengan total *quality reward* yang mengaitkan sistem penilaian kinerja dan kompensasi dengan kontribusi setiap karyawan dalam penyempurnaan kualitas dan peningkatan kepuasan pelanggan.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian dan pengumpulan data untuk penulisan penelitian ini dengan judul “**Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok**” sekolah ini berkedudukan di Jalan Margonda Raya No.26 Kelurahan Kemiri Muka Kecamatan Beji Depok 16432 – Indonesia.

3.1.2 Sejarah dan Perkembangan Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan

Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan adalah lembaga pendidikan prasekolah yang bernaung dibawah Yayasan Pendidikan Pamardi Siwi, didirikan pada tanggal 2 Mei 1986. Pancasila menjadi dasar filosofi layanan pendidikan KUNCUP HARAPAN, sehingga memungkinkan peserta didiknya memiliki wawasan kebangsaan yang luas. Dengan dipandu oleh konsep pendidikan yang berpola *link and match*. Kuncup Harapan bertekad mencerdaskan bangsa serta menghantar peserta didiknya pada cakrawala pergaulan internasional dengan tanpa mengesampingkan jadi diri bangsanya.

Kuncup Harapan memiliki dua rombongan belajar yang dikategorikan menurut tingkat usia yaitu :

- a. Kelompok A (Rose) untuk tingkat usia 4 tahun
- b. Kelompok B (Sun Flower) untuk tingkat usia 5 tahun

Dalam suasana bermain yang menyenangkan anak-anak berusia 4 sampai 6 tahun ini dipersiapkan untuk sanggup melakukan tugas-tugas perkembangan fisik, mental maupun spiritual yang dibutuhkan guna memasuki jenjang pendidikan dasar (Sekolah Dasar).

Bahasa Pengantar yang digunakan di kelas adalah 70% bahasa Indonesia, 30% bahasa Inggris. Hal ini dimaksudkan agar anak-anak memiliki kemampuan berkomunikasi dalam bahasa internasional, sehingga memiliki wawasan dan cara pandang yang global.

Di samping pembelajaran di dalam kelas Kuncup Harapan mengembangkan sistem pembelajaran semi sentra, sebagai bentuk inovasi dari model pembelajaran yang makin berkembang. Hal ini dimaksudkan agar anak-anak dapat dengan leluasa bereksplorasi serta mengembangkan segala potensi yang dimilikinya dengan optimal. Dalam model pembelajaran ini ruangan di desain menyerupai sudut-sudut pengembangan seperti :

- a. Sudut Alam Sekitar

Di mana di dalamnya anak-anak dapat mengenal berbagai macam binatang dan tumbuhan serta perkembangannya, berbagai gejala alam seperti gunung meletus, banjir dan tanah longsor.

b. Sudut Pembangunan

Di sudut ini banyak sediakan aneka macam balok yang dapat digunakan oleh anak-anak untuk mengembangkan kreasinya membuat berbagai bangunan, dan mengenal berbagai bentuk geometri.

c. Sudut Kebudayaan

Sudut ini mengembangkan potensi anak-anak untuk berbagai bidang seni, seperti seni lukis, dan seni musik. Anak-anak diperkenalkan dengan berbagai media dalam melukis seperti melukis di kaos, keramik dan gelas.

d. Sudut Keluarga

Di sudut ini anak-anak belajar mengenal berbagai peran yang ada di dalam keluarga seperti ayah, ibu dan anak. Lalu dijelaskan apa tugas mereka masing-masing. Kemudian juga mengenalkan berbagai macam profesi yang ada di masyarakat seperti dokter, guru, petani, juru masak, lalu mereka akan bermain peran.

e. Sudut Keagamaan

Kuncup Harapan menginginkan peserta didiknya selain memiliki kemampuan berpikir yang tinggi tapi juga berakhlak tinggi. Maka dikembangkanlah berbagai kemampuan kerohanian di dalam sudut ini. Dengan metode sambil bernyanyi dan bercerita.

Sedangkan untuk kegiatan membaca, menulis dan berhitung banyak dilakukan di dalam kelas, namun tetap dalam suasana dan tehnik

pembelajaran bermain seraya belajar yang merupakan prinsip pembelajaran di Taman Kanak-Kanak.

Untuk menumbuhkan rasa percaya diri, berprestasi dan berkreasi, Kuncup Harapan memiliki berbagai program Kegiatan Ekstrakurikuler seperti menari, komputer, Bahasa Inggris, berenang, makan bersama, pengenalan keagamaan dan kegiatan *audio visual* yang dikemas sedemikian rupa sehingga bukan menjadi beban bagi anak-anak melainkan penunjang kegiatan pembelajaran.

3.1.3 Struktur Organisasi dan Pelaksanaan Kegiatan Pelayanan

a. Struktur Organisasi

Struktur organisasi perusahaan dapat diartikan sebagai serangkaian hubungan diantara individu-individu di dalam suatu kelompok/organisasi yang bekerjasama dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi tersebut, maka dapat diketahui dengan jelas mengenai pembagian kerja, tanggungjawab dan pendelegasian wewenang dari setiap bagian, sehingga dapat memudahkan dalam menyelesaikan tugasnya masing-masing serta menghindari terjadinya pelepasan tanggungjawab. Untuk itu, penjelasan dari struktur organisasi Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok akan diuraikan sebagai berikut:

1) Badan Pendiri

Adalah mereka yang mendirikan Yayasan ini . Pengangkatan anggota Badan Pendiri dilakukan dalam rapat khusus Badan

Pendiri dengan ketentuan bahwa keputusannya adalah sah apabila disetujui oleh sekurang-kurangnya $\frac{2}{3}$ (dua pertiga) dari jumlah anggota Badan Pendiri. Rapat Badan Pendiri dapat diadakan setiap kali bila dianggap perlu oleh sekurang-kurangnya $\frac{1}{3}$ (sepertiga) dari jumlah anggota Badan Pendiri. Rapat Badan pendiri dianggap sah jikalau dihadiri oleh sekurang-kurangnya $\frac{2}{3}$ (dua pertiga) dari jumlah anggota Badan Pendiri. Jikalau yang hadir tidak cukup, maka secepat-cepatnya 7 (tujuh) hari dan selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari sesudah rapat itu dapat diadakan rapat berikutnya dengan syarat-syarat yang sama seperti yang dibutuhkan dalam rapat yang pertama. Rapat Badan Pendiri berwenang mengangkat dan memberhentikan :

- a. Anggota-anggota Badan Pengurus
- b. Anggota-anggota Badan Pengawas
- c. Pelindung dan Penasehat Yayasan

Semua keputusan diambil dan diputuskan dengan cara musyawarah dan mufakat berdasarkan hikmah dan kebijaksanaan. Tiap-tiap anggota Badan Pendiri berhak mengeluarkan satu suara.

2) Badan Pengawas

Badan Pengawas terdiri dari seorang anggota atau lebih yang diangkat dan diberhentikan oleh Badan Pendiri.. Badan

pengawas bertugas mengawasi Badan Pengurus. Para anggota Badan Pengawas baik bersama-sama maupun sendiri-sendiri, berhak setiap waktu kerja untuk memeriksa segala buku-buku, surat-surat dan lain-lain barang kepunyaan Yayasan, memeriksa dan mencocokkan keadaan uang serta memasuki segala ruangan atau tempat yang dipergunakan atau dikuasai oleh Yayasan dan mengetahui semua tindakan yang telah dijalankan oleh Badan Pengurus. Badan Pengurus diwajibkan memberikan penjelasan-penjelasan tentang hal-hal yang ditanyakan oleh Badan Pengawas untuk kepentingan pemeriksaan tersebut.

3) Badan Pengurus

Badan pengurus berkewajiban mengusahakan tercapainya maksud dan tujuan Yayasan dan memelihara kekayaan Yayasan sebaik-baiknya dengan mengindahkan peraturan-peraturan tersebut dalam anggaran dasar Yayasan. Sekali setiap tahun, selambat-lambatnya dalam triwulan pertama dalam tahun berikutnya, Pengurus mengadakan laporan tentang Yayasan dalam tahun yang lampau. Laporan mana diumumkan dengan selayaknya dan harus disahkan oleh Badan Pendiri.

4) Pengurus Harian

Pengurus Harian terdiri dari:

- a. Ketua

b. Sekretaris

c. Bendahara

Pengurus Harian dan karenanya mewakili Yayasan ini didalam dan diluar Pengadilan tentang segala hal dan dalam segala kejadian dengan hak untuk melakukan segala kejadian dengan hak untuk melakukan segala perbuatan dan tindakan, baik yang mengenai pengurus maupun yang mengenai kepemilikan. Pengurus Harian memimpin pekerjaan sehari-hari dari Yayasan dan diwajibkan dalam menjalankan pekerjaan-pekerjaan tersebut bertanggung jawab kepada Badan Pengurus dan Badan Pendiri.

5) Kepala Taman Kanak-Kanak

a. Kegiatan Tahunan

1. Merencanakan kebutuhan guru dan tenaga kependidikan lainnya.

2. Membagi tugas guru dan tenaga kependidikan lainnya.

3. Rencana Kerja Program Umum dan Program KBM Tahunan.

4. Rencana kebutuhan buku dan alat-alat dan lain-lain.

b. Kegiatan Bulanan

1. Merencanakan dan melaksanakan kebutuhan operasional sekolah.

2. Merencanakan kebutuhan belanja bulanan sekolah
3. Pemeriksaan daftar hadir guru dan tenaga kependidikan lainnya.

c. Kegiatan Mingguan

1. Upacara bendera
2. Membicara dan membahas tentang SKM dan SKH
3. Mengecek dan menyelesaikan ha-hal yang bersifat rutin dan lain-lain.

d. Kegiatan Harian

1. Memeriksa daftar hadir guru dan tenaga kependidikan lainnya.
2. Memeriksa persiapan mengajar guru dan membimbing guru dalam KBM.
3. Mengawasi kegiatan belajar mengajar.
4. Mengawasi pelaksanaan administrasi sekolah

e. Kegiatan Menjelang Akhir Tahun Pelajaran

1. Menandatangani Buku Laporan Penilaian Perkembangan Anak Didik
2. Menyelesaikan surat menyurat yang berhubungan dengan kelulusan anak.

3. Merencanakan dan melaksanakan penerimaan anak didik baru.

4. Menyusun laporan akhir tahun kegiatan sekolah.

6) Kepala Tata Usaha

Membantu Kepala TK yang meliputi :

- a. Urusan administrasi dan kearsipan.
- b. Urusan administrasi kepegawaian/guru
- c. Urusan administrasi perlengkapan/barang
- d. Urusan administrasi keuangan

7) Guru Kelas

Tugas Guru Kelas:

- a. Merencanakan dan mengembangkan program pengajaran.
- b. Melaksanakan kegiatan belajar mengajar.
- c. Mengadakan penilaian terhadap proses dan hasil belajar anak.

8) Organisasi Persatuan Orang Tua Murid dan Guru

adalah organisasi yang menjembatani pihak orang tua dan sekolah khususnya guru, dimana fungsi dari organisasi ini adalah:

- a. Menampung aspirasi orang tua
- b. Menggalang rasa kekeluargaan antara guru dan orang tua.

c. Sebagai wadah kegiatan orang tua dan guru dalam menunjang kegiatan Sekolah.

d. Pelaksanaan Kegiatan Pelayanan

Pelayanan merupakan segala sikap, perilaku dan perbuatan yang disengaja untuk memenuhi kebutuhan para konsumennya (peserta didik) selama di sekolah, maka kiranya sekolah selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para peserta didiknya.

Adapun pelayanan yang disediakan oleh Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok adalah sebagai berikut:

1) Jenis kelas yang tersedia

a) Kelompok A.

Kelompok A (Kelas Rose) diperuntukan bagi peserta didik yang berusia 4 tahun. Memiliki dua kelas dengan jumlah murid sebanyak 21 anak. Rasio jumlah murid dan guru adalah 10:2 hal ini dilakukan agar perhatian guru lebih efektif kepada murid.

b) Kelompok B.

Kelompok B (Kelas Sun Flower) diperuntukan bagi peserta didik yang berusia 5 tahun. Hanya

memiliki satu kelas dengan jumlah murid 13 anak dengan 2 orang guru.

2) Pelayanan Penunjang

- a) Antar Jemput
- b) Usaha Kesehatan Sekolah
- c) Perpustakaan
- d) Komputer

Selain berbagai jenis pelayanan yang tersedia Taman Kanak-Kanak juga menyediakan fasilitas tambahan seperti:

- a) Lingkungan yang memberikan kenyamanan.
- b) Keamanan yang terkontrol.
- c) Sarana tempat parkir yang memadai.
- d) Ruang kelas ber-ac.
- e) Areal bermain di dalam dan di luar.
- f) Aula.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini dibutuhkan data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan tujuan penelitian. Sehingga dari data yang dikumpulkan dapat dilakukan analisis dan penarikan kesimpulan, maka jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis,

faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dari sifat-sifat populasi (obyek) penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi target dalam penelitian ini adalah orang tua yang anaknya bersekolah di Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok, maupun orang tua yang anaknya pernah bersekolah di Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok. Dari populasi tersebut diambil 50 responden untuk dijadikan sampel penelitian.

Pengambilan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden, dengan menggunakan *convienience sampling*. Teknik *convienience sample* yaitu sampel yang diambil dari siapa saja yang kebetulan dijumpai untuk diminta pendapat mereka mengenai variabel-variabel yang diteliti.

3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

1. Definisi operasional variabel terdiri dari:
 - a. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesan terhadap kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya.
 - b. Kualitas jasa adalah tingkat kesesuaian yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

2. Variabel dan pengukurannya

Adapun variabel dari kualitas pelayanan :

Keramahan guru dalam menangani murid.

- 1) Kurikulum yang digunakan untuk pelajaran.
- 2) Metode pengajaran yang menarik dan tepat sasaran.
- 3) Kemampuan guru melaksanakan kegiatan pembelajaran.
- 4) Kemampuan berbahasa guru.
- 5) Kemampuan guru mengenal karakter murid.
- 6) Keramahan guru menangani murid dan orang tua.
- 7) Penanganan konsultasi bagi orang tua.
- 8) Penanganan yang responsif (cepat tanggap) dalam menjawab keluhan orang tua.
- 9) Kecekatan petugas non guru dalam membantu pelayanan.
- 10) Keramahan petugas non guru dalam memberikan pelayanan.
- 11) Ketersediaan sarana belajar mengajar yang memadai.
- 12) Ketersediaan sarana bermain yang menunjang kegiatan belajar.
- 13) Ketersediaan sarana lain seperti : antar jemput, parkir, UKS.
- 14) Biaya sekolah yang ditawarkan.
- 15) Lokasi yang strategis.
- 16) Penggunaan bahasa Inggris dalam pembelajaran.

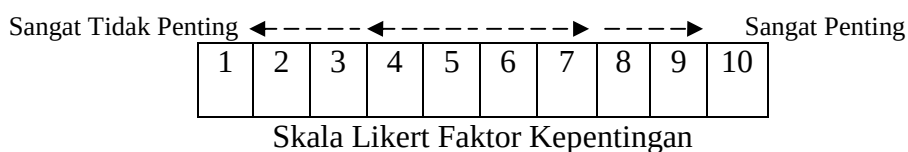
3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam rangka mengumpulkan data untuk penelitian ini dengan menggunakan :

1. Penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan sekumpulan data pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk menjawabnya.
2. Penelitian kepustakaan (*library research*). Yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan jalan membaca buku-buku, majalah diktat, catatan dan sumber data lainnya di dalam perpustakaan Universitas Mercu Buana yang memiliki hubungan dengan penelitian ini.

3.6 Metode Analisa Data

Dalam melakukan suatu hasil penelitian sangat diperlukan adanya pengukuran sebagai dasar atau batasan-batasan. Agar dalam penelitian ini tidak menyimpang jauh dari pokok permasalahan yang dibahas. Metode pengukuran data yang digunakan penulis yaitu skala likert untuk meminta penilaian responden. Pengukuran tingkat kepuasan orang tua murid atas pelayanan yang diberikan Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok.



Apabila jawaban cenderung mengarah ke angka 1 maka faktor kepentingan tersebut semakin tidak penting atau tidak diharapkan oleh konsumen, sedangkan apabila jawaban mengarah ke angka 10, maka faktor kepentingan tersebut cenderung sangat penting atau sangat diharapkan oleh konsumen.



Apabila jawaban cenderung mengarah ke angka 1 maka faktor kinerja tersebut cenderung tidak memberi kepuasan kepada konsumen, sedangkan apabila jawaban mengarah ke angka 10, maka faktor kinerja tersebut cenderung sangat memuaskan konsumen.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepuasan dan hasil penilaian kinerja maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian terdapat 2 variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana : X merupakan tingkat kinerja sekolah yang dapat memberikan kepuasan para konsumen , sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana : Tki = tingkat kesesuaian responden

Xi = skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = skor penilaian kepentingan pelanggan

(J. Supranto, 2001 : 241)

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkatan pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) yang akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \cdot \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana X = skor rata-rata tingkat pelaksanaan atau kepuasan

Y = skor rata-rata tingkat kepentingan

n = jumlah responden

(J. Supranto,2001:214)

Importance Performance Analysis/diagram kartesius merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y), dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelayanan atau kepuasan konsumen seluruh factor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Seluruhnya ada 16 dimensi atau atribut. Seluruhnya ada k dimensi dimana K = 16.

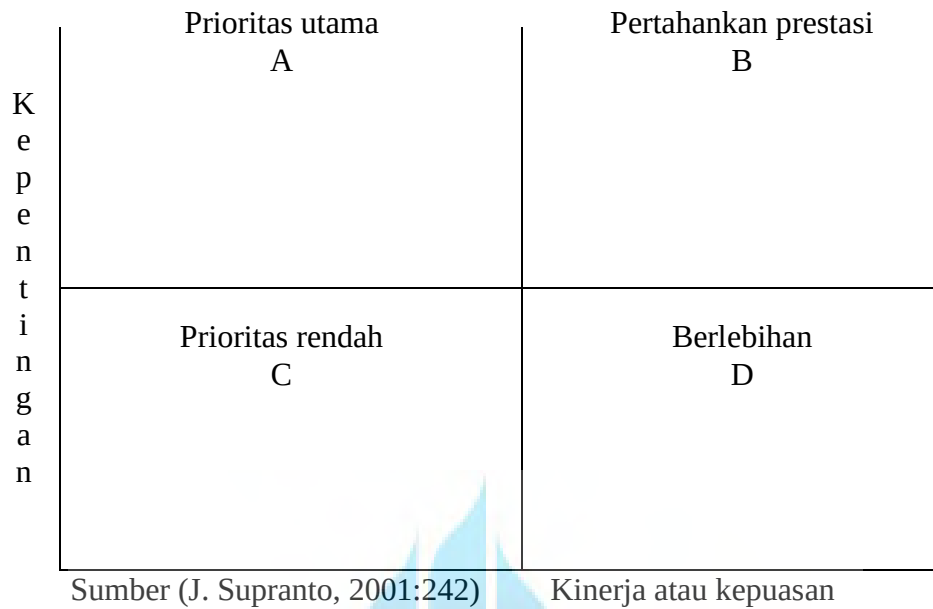
Rumus selanjutnya adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{k}; \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{k}$$

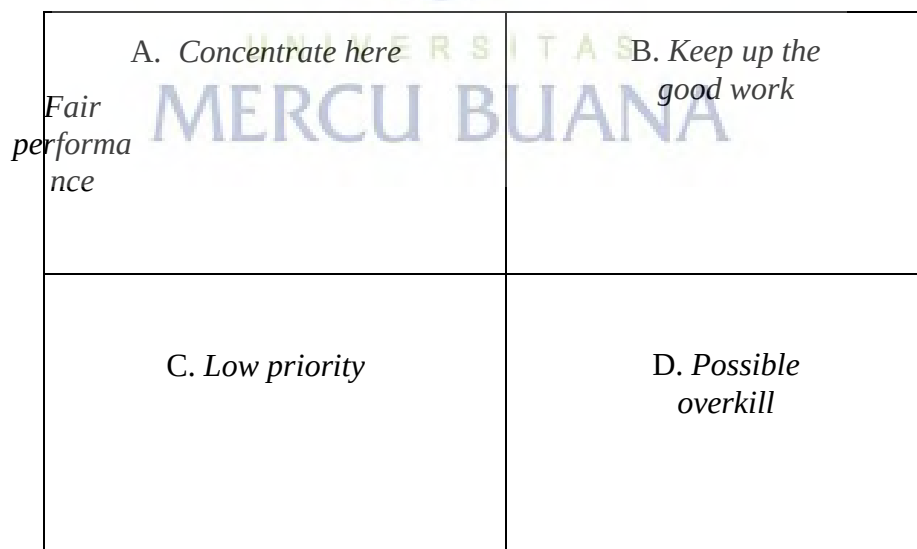
Dimana K = banyaknya atribut atau fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (J. Supranto,2001:242).

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius atau *Importance Performance*.

Gambar 3.1
Diagram Kartesius



Gambar 3.2
Importance Analysis



Sumber : Marketing Management (Philip Kotler P,481)

Keterangan :

- Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting,

namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen sehingga mengecewakan atau tidak puas.

- b. Menunjukkan unsur-unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- c. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- d. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting.



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Pada bab ini akan dibahas data yang telah dikumpulkan dari responden dalam penelitian sehingga dapat diketahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Taman Kanak-kanak Kuncup Harapan Depok.

Untuk memperoleh gambaran dalam penulisan ini penulis memberikan kuesioner kepada 50 responden yang menjadi orang tua siswa Taman Kanak-kanak Kuncup Harapan Depok. Sebelumnya lembar kuesioner ini telah diisi dan dikembalikan dengan lengkap sehingga dapat dijadikan bahan penentuan selanjutnya. Data yang diperoleh dari kuesioner ini kemudian dikelompokkan berdasarkan usia, pekerjaan, pendapatan, pendidikan dan responden mengetahui Taman Kanak-kanak Kuncup Harapan. Selanjutnya dibuat ke dalam tabel, data yang telah disusun dalam tabel tersebut kemudian dianalisis yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Para Responden

Responden			Jml	Persentase
A	< 20		0	0%
	20 - 30		15	30%
	31 - 40		28	56%
	> 40		7	14%
B	Pgw.Negeri	Ayah	1	2%
		Ibu	2	4%
	Pgw.Swasta	Ayah	33	66%
		Ibu	9	22%
	Tdk Bekerja	Ayah	0	0%
		Ibu	31	84%
	Wirastwasta	Ayah	16	32%
		Ibu	8	10%
C	SMU/sebelumnya	Ayah	19	38%
		Ibu	26	52%
	Diploma	Ayah	4	8%
		Ibu	11	22%
	S-1	Ayah	23	46%
		Ibu	11	22%
	Pasca Sarjana	Ayah	4	8%
		Ibu	2	4%
D	< 2 juta		5	10%
	2 juta - 3 juta		8	16%
	3 juta - 4 juta		21	42%
	> 4 juta		16	32%
E	< 1 juta		2	4%
	1 juta - 2 juta		10	20%
	2 juta - 3 juta		22	44%
	> 3 juta		16	32%
F	1 anak		18	60%
	2 anak		15	20%
	3 anak		11	16%
	> 3 anak		6	4%

G	1 anak	30	60%
	2 anak	10	20%
	3 anak	8	16%
	> 3 anak	2	4%
H	Teman	28	56%
	Tahu Sendiri	17	34%
	Spanduk	5	10%
	Brosur	0	0%

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan :

A : Usia Responden (tahun)

B : Pekerjaan Responden

C : Pendidikan Terakhir Responden

D : Pendapatan Keluarga Responden Per Bulan (rupiah)

E : Pengeluaran Keluarga Responden Per Bulan (rupiah)

F : Jumlah Anak Dalam Keluarga Responden

G : Jumlah Anak Yang Sedang dan Pernah Bersekolah di TK Kuncup Harapan

Depok

H : Sumber Informasi Tentang TK Kuncup Harapan Depok

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dianalisa, bahwa 56% usia responden berkisar antara 31 tahun sampai dengan 40 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mereka berada pada usia yang masih produktif dan tingkat ekonominya sudah stabil. Terbukti dari pendapatan keluarga perbulan berada pada range Rp 3.001.000,- sampai dengan Rp 4.000.000,-

Mengingat latar belakang pendidikan mereka yang cukup tinggi yaitu Profil Pendidikan Terakhir Ayah adalah 46% pada tingkat sarjana S-1, Profil Pendidikan Terakhir Ibu adalah 52% pada tingkat SMU atau sebelumnya. Sehingga mereka berpendapat bahwa pendidikan sejak dini sangat penting sekali bagi masa depan putra putrinya. Mereka sudah memprioritaskan pendidikan sebagai kebutuhan yang sama pentingnya dengan kebutuhan pangan. Dan itu sudah harus direncanakan sejak putra-putrinya berusia dibawah lima tahun.

Demikian juga dengan pengeluaran yang mereka lakukan untuk pendidikan, sudah disiapkan sejak dini sehingga terdapat perencanaan yang terprogram setiap bulannya yaitu berkisar Rp 2.001.000,- sampai dengan Rp 3.000.000,- pada 32% .Dari pertanyaan Anda mengetahui Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok mayoritas 56% menjawab teman,. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang mereka lakukan dari mulut ke mulut sangat efektif dibanding dengan spanduk dan brosur yang disiapkan oleh pihak sekolah.

4.2 Analisis Faktor Penentu Kualitas Jasa

Faktor pelayanan yang dilakukan Taman Kanak-kanak Kuncup Harapan Depok yang digunakan sebagai bahan untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan sekolah berdasarkan dimensi kualitas jasa,yaitu:

1. Keandalan (*Realibility*)

Keandalan (*Realibility*) adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dalam dimensi keandalan ada lima faktor yang digunakan untuk penelitian, yaitu:

- a. Kurikulum yang digunakan untuk pembelajaran
- b. Metode pengajaran yang menarik dan tepat sasaran
- c. Kemampuan guru melaksanakan kegiatan pembelajaran
- d. Biaya sekolah yang ditawarkan
- e. Penggunaan Bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar dalam pembelajaran

2. Tanggapan (*Responsive*)

Tanggapan adalah kemampuan sekolah untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap. Dalam dimensi ini ada tiga faktor yang digunakan dalam penelitian :

- a. Penanganan konsultasi bagi orang tua
- b. Penanganan yang *responsive* (cepat tanggap)
- c. Kecekatan petugas non- guru dalam pembantu pelayanan (petugas tata usaha, supir dan petugas kebersihan)

3. Keyakinan/jaminan (*Assurance*)

Keyakinan/jaminan (*Assurance*) meliputi pengetahuan dan kesopanan guru dan staff sekolah untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Ada tiga faktor yang digunakan sebagai bahan penelitian yaitu :

- a. Kemampuan berbahasa guru
- b. Keramahan guru menangani murid dan orang tua
- c. Keramahan petugas non-guru dalam memberikan pelayanan

4. Empati (*Empaty*)

Empati (*Empaty*) adalah syarat untuk peduli, memberikan perhatian secara pribadi bagi pelanggan. Ada 2 faktor yang digunakan dalam penelitian yaitu:

- a. Kemampuan guru mengenal karakter murid
- b. Lokasi yang strategis

5. Berwujud (*Tangible*)

Berwujud (*Tangible*) meliputi penampilan fisik, peralatan, personil dan sarana pendukung lainnya yang ikut menunjang. Ada tiga faktor yang digunakan dalam bahan penelitian, yaitu :

- a. Ketersediaan sarana belajar mengajar yang memadai
- b. Ketersediaan sarana bermain yang menunjang kegiatan belajar
- c. Ketersediaan sarana lain seperti : antar jemput siswa, tempat parkir, ruang UKS, Perpustakaan, WC dan lain-lain

Dari 50 responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaian terhadap tingkat kepentingan dan kinerja sekolah yang tercermin pada tabel-tabel dibawah ini.

1. Kurikulum yang digunakan untuk pembelajaran

Yang dimaksud dengan faktor ini adalah apakah kurikulum yang digunakan sudah tepat sasaran sehingga mampu menghasilkan anak-anak yang siap secara fisik dan mental untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan dasar (Sekolah Dasar).

Tabel 4.2

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Kurikulum

Imp-Kurikulum

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	1	0	0	3	6	40	483

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 1 + 6 \times 0 + 7 \times 0 + 8 \times 3 + 9 \times 6 + 10 \times 40 = 483$

Per-Kurikulum

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	4	12	15	19	449

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times 4 + 8 \times 12 + 9 \times 15 + 10 \times 19 = 449$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(449 : 483) \times 100\% = 92,96\%$ dan menunjukkan tingkat sangat puas.

2. Metode pengajaran yang menarik dan tepat sasaran

Aspek penilaian konsumen pada faktor ini adalah apakah metode pengajaran yang digunakan sudah efektif sehingga mampu menghasilkan lulusan yang berkualitas.

Tabel 4.3

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Pengajaran

Imp-Metode Pengajaran

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	1	3	15	31	476

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times 1 + 8 \times 3 + 9 \times 15 + 10 \times 31 = 476$

Per-Metode Pengajaran

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	4	22	13	11	431

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times 4 + 8 \times 22 + 9 \times 13 + 10 \times 11 = 431$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(431 : 476) \times 100\% = 90,55\%$ dan menunjukkan tingkat memuaskan.

3. Kemampuan guru melaksanakan kegiatan pembelajaran

Yang dinilai konsumen pada faktor ini adalah apakah guru mempunyai kompetensi pada bidang pendidikan usia dini dan dapat mentransfer ilmunya kepada anak-anak.

Tabel 4.4

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Kemampuan Guru Melaksanakan Pembelajaran

Imp-Kemampuan Guru Kegiatan Pembelajaran

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	0	7	10	33	476

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times$

$$4 + 8 \times 7 + 9 \times 10 + 10 \times 33 = 476$$

Per-Kemampuan Guru Kegiatan Pembelajaran

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	7	12	19	12	436

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times$

$$7 + 8 \times 12 + 9 \times 19 + 10 \times 12 = 436$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(436 : 476) \times 100\% = 91,60\%$ dan menunjukkan tingkat sangat memuaskan.

4. Kemampuan berbahasa guru

Aspek penilaian konsumen dalam faktor ini adalah bagaimana guru dapat berkomunikasi yang baik dengan anak-anak, orang tua dan masyarakat di sekitar lingkungan sekolah.

Tabel 4.5

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Kemampuan Berbahasa Guru

Imp-Kemampuan Berbahasa Guru

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	4	10	10	26	458

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times$

$$4 + 8 \times 10 + 9 \times 10 + 10 \times 26 = 458$$

Per-Kemampuan Berbahasa Guru

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	1	9	13	15	12	428

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 1 + 7 \times$

$$9 + 8 \times 13 + 9 \times 15 + 10 \times 12 = 428$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(428 : 476) \times 100\% = 93,45\%$ dan menunjukkan tingkat sangat memuaskan.

5. Kemampuan guru mengenal karakter murid

Yang dinilai konsumen dalam faktor ini adalah kepekaan guru dalam mengenal karakter dan kebiasaan muridnya satu persatu.

Tabel 4.6

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Kemampuan Guru Mengenal Karakter Murid

Imp-Kemampuan Guru Mengenal Karakter Murid

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	1	9	15	25	464

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times 1 + 8 \times 9 + 9 \times 15 + 10 \times 25 = 464$

Per-Kemampuan Guru Mengenal Karakter Murid

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	1	4	17	15	13	435

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 1 + 7 \times 4 + 8 \times 17 + 9 \times 15 + 10 \times 13 = 435$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(435 : 476) \times 100\% = 93,75\%$ dan menunjukkan tingkat sangat memuaskan.

6. Keramahan guru dalam menangani murid dan orang tua

Salah satu cara untuk memperoleh dan mempertahankan loyalitas konsumen adalah dengan pelayanan yang ramah dan sopan serta memberikan perhatian kepada semua orang murid tanpa melihat situasi orang tersebut.

Tabel 4.7

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Keramahan Guru

Imp-Keramahan Guru

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	1	4	6	18	21	454

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 1 + 7 \times$

$$4 + 8 \times 6 + 9 \times 18 + 10 \times 21 = 454$$

Per-Keramahan Guru

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	7	9	17	17	444

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times$

$$7 + 8 \times 9 + 9 \times 17 + 10 \times 17 = 444$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(444 : 476) \times 100\% = 97,80\%$ dan menunjukkan tingkat sangat memuaskan.

7. Penanganan konsultasi bagi orang tua

Aspek penilaian konsumen dalam faktor ini adalah kesigapan guru dalam menangani permasalahan yang terjadi pada anak dan kerjasama pembinaan anak serta orang tua.

Tabel 4.8

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Penanganan Konsultasi Bagi Orang Tua

Imp-Penanganan Konsultasi Orangtua

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	2	8	22	18	456

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times$

$$2 + 8 \times 8 + 9 \times 22 + 10 \times 18 = 456$$

Per-Penanganan Konsultasi Orangtua

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	1	9	11	19	10	428

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 1 + 7 \times$

$$9 + 8 \times 11 + 9 \times 19 + 10 \times 10 = 428$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(428 : 476) \times 100\% = 93,86\%$ dan menunjukkan tingkat sangat memuaskan.

8. Penanganan yang *responsive* (cepat tanggap) dalam menjawab keluhan orang tua

Yang dinilai konsumen pada faktor ini adalah penanganan dan penyelesaian keluhan orang tua mengenai kebijakan sekolah dan fasilitas yang diberikan sekolah kepada orang tua murid.

Tabel 4.9

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Penanganan Keluhan

Imp-Penanganan Keluhan

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	5	11	15	19	448

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times$

$$5 + 8 \times 11 + 9 \times 15 + 10 \times 19 = 448$$

Per-Penanganan Keluhan

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	1	2	7	9	20	11	428

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 1 + 6 \times 2 + 7 \times$

$$7 + 8 \times 9 + 9 \times 20 + 10 \times 11 = 428$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(428 : 476) \times 100\% = 95,54\%$ dan menunjukkan tingkat sangat memuaskan.

9. Kecekatan petugas non-guru dalam membantu pelayanan (petugas Tata Usaha, Supir dan Petugas Kebersihan)

Aspek penilaian konsumen dalam faktor ini adalah kemampuan tiap personal staff tata usaha, supir dan petugas kebersihan dalam hal kecakapan, ketrampilan dan kualitas tiap individu.

Tabel 4.10

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Kecekatan Petugas Non-Guru

Imp-Kecekatan Petugas Non-guru

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	1	6	11	16	16	440

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 1 + 7 \times 6 + 8 \times 11 + 9 \times 16 + 10 \times 16 = 440$

Per-Kecekatan Petugas Non-guru

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	2	4	15	17	12	433

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 2 + 7 \times 4 + 8 \times 15 + 9 \times 17 + 10 \times 12 = 433$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(433 : 476) \times 100\% = 98,41\%$ dan menunjukkan tingkat sangat memuaskan.

10. Keramahan petugas non-guru dalam memberikan pelayanan

Pembeli adalah raja begitu kata pepatah. Dengan keramahan pelayanan diharapkan konsumen loyal dan akan melakukan pembelian ulang.

Tabel 4.11

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Keramahan Petugas Non-Guru Dalam Memberikan Pelayanan

Imp-Keramahan Petugas Non-guru

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	1	2	12	20	15	446

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 1 + 7 \times$

$$2 + 8 \times 12 + 9 \times 20 + 10 \times 15 = 446$$

Per-Keramahan Petugas Non-guru

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	2	4	16	16	12	432

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 2 + 7 \times$

$$4 + 8 \times 16 + 9 \times 16 + 10 \times 12 = 432$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(432 : 476) \times 100\% = 96,86\%$ dan menunjukkan tingkat sangat memuaskan.

11. Ketersediaan sarana belajar mengajar yang memadai

Sarana belajar yang memadai merupakan salah satu aspek penunjang keberhasilan pembelajaran. Di sini konsumen menilai kelengkapan dan keefektifan dari sarana belajar yang digunakan sekolah.

Tabel 4.12

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Ketersediaan Sarana Belajar

Imp-Ketersediaan Sarana Belajar

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	4	9	14	23	456

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 1 + 7 \times$

$$4 + 8 \times 9 + 9 \times 14 + 10 \times 23 = 456$$

Per-Ketersediaan Sarana Belajar

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	1	0	0	8	23	11	7	413

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 2 + 7 \times$

$$8 + 8 \times 23 + 9 \times 11 + 10 \times 7 = 413$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(413 : 476) \times 100\% = 90,57\%$ dan menunjukkan tingkat memuaskan.

12. Ketersediaan sarana bermain yang menunjang kegiatan belajar

Dunia prasekolah adalah dunia bermain. Sarana bermain yang menyenangkan dapat dijadikan daya pikat sekolah dalam menarik hati anak-anak sehingga orang tua akan melakukan pembelian.

Tabel 4.13

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Ketersediaan Sarana Bermain

Imp-Ketersediaan Sarana Bermain

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	1	8	13	28	468

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times$

$$1 + 8 \times 8 + 9 \times 13 + 10 \times 28 = 468$$

Per-Ketersediaan Sarana Bermain

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	1	2	7	11	14	12	3	383

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 2 + 6 \times 7 + 7 \times$

$$11 + 8 \times 14 + 9 \times 12 + 10 \times 3 = 383$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(383 : 476) \times 100\% = 81,84\%$ dan menunjukkan tingkat memuaskan.

13. Ketersediaan sarana lain seperti : antar jemput siswa, tempat parkir, ruang UKS, perpustakaan, WC dan lain-lain.

Fasilitas-fasilitas ini penting untuk sebuah sekolah. Keberadaannya sangat diperlukan sebagai pendukung aktifitas pembelajaran dan kenyamanan bagi penghuninya.

Tabel 4.14

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Sarana Lain

Imp-Ketersediaan Sarana Lain

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	1	2	13	11	23	453

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 1 + 7 \times$

$$2 + 8 \times 13 + 9 \times 11 + 10 \times 23 = 453$$

Per-Ketersediaan Sarana Lain

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	1	2	6	17	10	7	7	382

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 1 + 5 \times 2 + 6 \times 6 + 7 \times$

$$17 + 8 \times 10 + 9 \times 7 + 10 \times 7 = 382$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(382 : 476) \times 100\% = 84,33\%$ dan menunjukkan tingkat memuaskan.

14. Biaya sekolah yang ditawarkan

Yang dimaksud dengan faktor ini adalah apakah biaya yang ditawarkan cukup bersaing dan sesuai dengan apa yang akan diberikan kepada konsumen sehingga tidak mengecewakan konsumen.

Tabel 4.15

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Biaya Sekolah Yang Ditawarkan

Imp-Biaya Sekolah

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	8	6	13	23	451

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 1 + 7 \times$

$$8 + 8 \times 6 + 9 \times 13 + 10 \times 23 = 451$$

Per-Biaya Sekolah

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	1	4	14	12	12	7	401

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 1 + 6 \times 4 + 7 \times$

$$14 + 8 \times 12 + 9 \times 12 + 10 \times 7 = 401$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(401 : 476) \times 100\% = 88,91\%$ dan menunjukkan tingkat memuaskan.

15. Lokasi yang strategis

Aspek yang dinilai konsumen adalah apakah lokasinya mudah dijangkau dan konsumen dapat dengan mudah menghubungi sekolah.

Tabel 4.16

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Lokasi Yang Strategis

Imp-Lokasi

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	0	1	9	20	20	459

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times 1 + 8 \times 9 + 9 \times 20 + 10 \times 20 = 459$

Per-Lokasi

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	0	0	1	6	8	16	19	446

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 1 + 7 \times 6 + 8 \times 8 + 9 \times 16 + 10 \times 19 = 446$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(446 : 476) \times 100\% = 97,17\%$ dan menunjukkan tingkat sangat memuaskan.

16. Penggunaan Bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar dalam pembelajaran

Mengingat persaingan layanan pendidikan ini cukup tajam maka sekolah harus punya terobosan baru untuk dapat menjaring konsumennya. Salah satunya adalah menggunakan Bahasa Inggris sebagai bahasa yang digunakan secara internasional.

Tabel 4.17

Tingkat Harapan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Pengantar Dalam Pembelajaran

Imp-Bahasa Inggris

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	1	0	0	0	4	10	13	22	448

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 0 + 7 \times$

$4 + 8 \times 10 + 9 \times 13 + 10 \times 22 = 448$

Per-Bahasa Inggris

Nilai yang Diberikan:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bobot
Jumlah Responden:	0	0	0	1	0	2	10	14	14	9	414

Sumber : Hasil olah data

Keterangan bobot: $1 \times 0 + 2 \times 0 + 3 \times 0 + 4 \times 0 + 5 \times 0 + 6 \times 2 + 7 \times 10 + 8 \times 14 + 9 \times 14 + 10 \times 9 = 414$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut konsumen terhadap tingkat kesesuaian adalah $(414 : 476) \times 100\% = 92,41\%$ dan menunjukkan tingkat sangat memuaskan.

4.3 Diagram Kartesius

Untuk dapat melihat posisi penempatan data yang telah dianalisis tersebut, maka dapat dibagi menjadi empat bagian yaitu :

- a. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting namun pihak sekolah belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga mengecewakan atau tidak
- b. Menunjukkan unsur-unsur jasa yang telah berhasil dilaksanakan sekolah untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- c. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya bagi sekolah biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- d. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tapi memuaskan.

Tabel 4.18

PENILAIAN KINERJA, PENILAIAN HARAPAN, DAN TINGKAT KESESUAIAN KONSUMEN
TERHADAP KUALITAS LAYANAN/JASA TK KUNCUP HARAPAN

FAKTOR-FAKTOR YANG DITANYAKAN DALAM KUESIONER	KINERJA											HARAPAN											Tingkat Kesesuaian
	NILAI										Bobot	NILAI										Bobot	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Kurikulum	0	0	0	0	0	0	4	12	15	19	449	0	0	0	0	1	0	0	3	6	40	483	92.96%
Metode Pengajaran	0	0	0	0	0	0	4	22	13	11	431	0	0	0	0	0	0	1	3	15	31	476	90.55%
Kemampuan Guru Kegiatan Pembelajaran	0	0	0	0	0	0	7	12	19	12	436	0	0	0	0	0	0	0	7	10	33	476	91.60%
Kemampuan Berbahasa Guru	0	0	0	0	0	1	9	13	15	12	428	0	0	0	0	0	0	4	10	10	26	458	93.45%
Kemampuan Guru Mengenal Karakter Murid	0	0	0	0	0	1	4	17	15	13	435	0	0	0	0	0	0	1	9	15	25	464	93.75%
Keramahan Guru	0	0	0	0	0	0	7	9	17	17	444	0	0	0	0	0	1	4	6	18	21	454	97.80%
Penanganan Konsultasi Orangtua	0	0	0	0	0	1	9	11	19	10	428	0	0	0	0	0	0	2	8	22	18	456	93.86%
Penanganan Keluhan	0	0	0	0	1	2	7	9	20	11	428	0	0	0	0	0	0	5	11	15	19	448	95.54%
Kecekatan Petugas Non-guru	0	0	0	0	0	2	4	15	17	12	433	0	0	0	0	0	1	6	11	16	16	440	98.41%
Keramahan Petugas Non-guru	0	0	0	0	0	2	4	16	16	12	432	0	0	0	0	0	1	2	12	20	15	446	96.86%
Ketersediaan Sarana Belajar	0	0	0	1	0	0	8	23	11	7	413	0	0	0	0	0	0	4	9	14	23	456	90.57%
Ketersediaan Sarana Bermain	0	0	0	1	2	7	11	14	12	3	383	0	0	0	0	0	0	1	8	13	28	468	81.84%
Ketersediaan Sarana Lain	0	0	0	1	2	6	17	10	7	7	382	0	0	0	0	0	1	2	13	11	23	453	84.33%
Biaya Sekolah	0	0	0	0	1	4	14	12	12	7	401	0	0	0	0	0	0	8	6	13	23	451	88.91%
Lokasi	0	0	0	0	0	1	6	8	16	19	446	0	0	0	0	0	0	1	9	20	20	459	97.17%
Bahasa Inggris	0	0	0	1	0	2	10	14	14	9	414	0	0	1	0	0	0	4	10	13	22	448	92.41%

Tabel 4.19

PERHITUNGAN RATA-RATA DARI PENILAIAN KINERJA DAN PENILAIAN HARAPAN

NO	FAKTOR-FAKTOR YANG DITANYAKAN DALAM KUESIONER	PENILAIAN KINERJA	PENILAIAN HARAPAN	X	Y
1	Kurikulum	449	483	8,98	9,66
2	Metode Pengajaran	431	476	8,62	9,52
3	Kemampuan Guru Kegiatan Pembelajaran	436	476	8,72	9,52
4	Kemampuan Berbahasa Guru	428	458	8,56	9,16
5	Kemampuan Guru Mengenal Karakter Murid	435	464	8,7	9,28
6	Keramahan Guru	444	454	8,88	9,08
7	Penanganan Konsultasi Orangtua	428	456	8,56	9,12
8	Penanganan Keluhan	428	448	8,56	8,96
9	Kecekatan Petugas Non-guru	433	440	8,66	8,8
10	Keramahan Petugas Non-guru	432	446	8,64	8,92
11	Ketersediaan Sarana Belajar	413	456	8,26	9,12
12	Ketersediaan Sarana Bermain	383	468	7,66	9,36
13	Ketersediaan Sarana Lain	382	453	7,64	9,06
14	Biaya Sekolah	401	451	8,02	9,02
15	Lokasi	446	459	8,92	9,18
16	Bahasa Inggris	414	448	8,28	8,96
	JUMLAH	6.783	7.336	135,66	146,72
	RATA-RATA (X DAN Y)			8,48	9,17

Rumus

X DAN Y = NILAI RATA-RATA DARI 50 ORANG RESPONDEN

$$\text{Skor tingkat kinerja : } \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} = (6.783 : 50) = 135,66$$

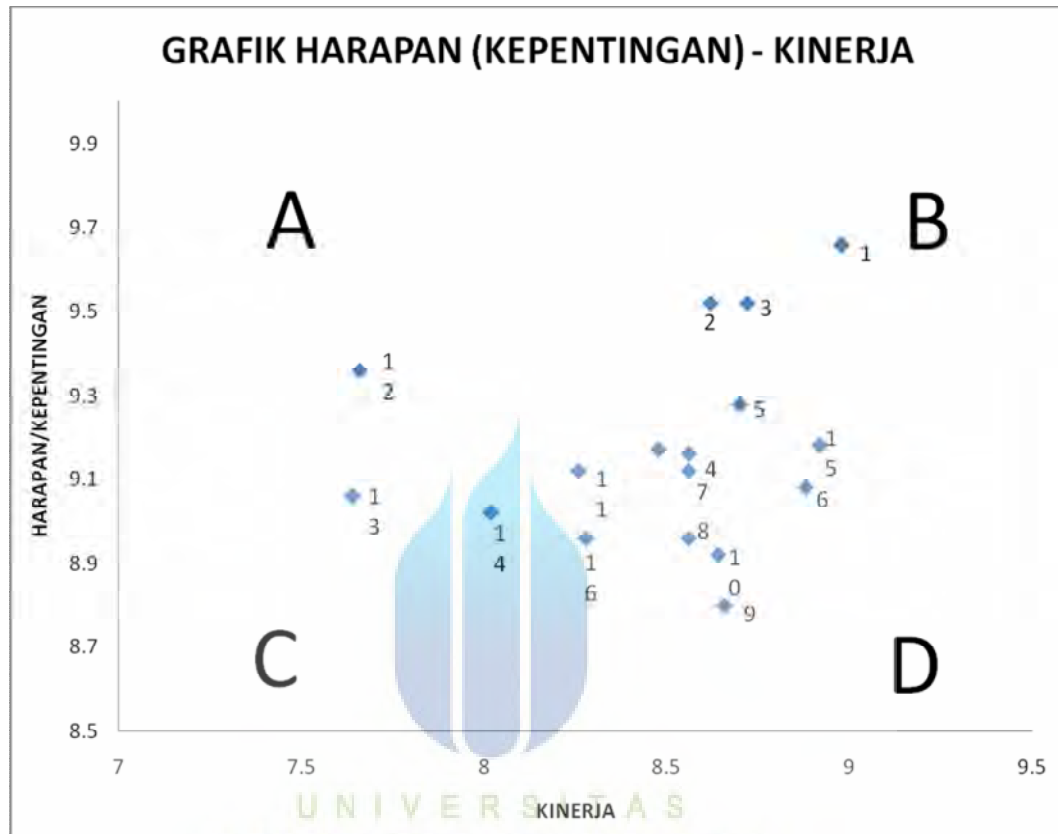
$$\text{Skor tingkat kepentingan (harapan) : } \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} = (7.336 : 50) = 146,72$$

$$\text{Skor rata-rata skor tingkat kinerja : } \bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N x_i}{k} = (135,66 : 16) = 8,48$$

$$\text{Skor rata-rata skor tingkat kepentingan (harapan) : } \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{k} = (146,72 : 16) = 9,17$$

Gambar 4.1

Grafik Kartesius



NO	X	Y
1	8.98	9.66
2	8.62	9.52
3	8.72	9.52
4	8.56	9.16
5	8.7	9.28
6	8.88	9.08
7	8.56	9.12
8	8.56	8.96
9	8.66	8.8
10	8.64	8.92
11	8.26	9.12
12	7.66	9.36
13	7.64	9.06
14	8.02	9.02
15	8.92	9.18
16	8.28	8.96
	8.48	9.17

Hasil pengukuran unsur-unsur jasa ini berdasarkan tingkat kepentingan harapan dan pelaksanaan kepuasan/kinerjanya yang memungkinkan pihak sekolah untuk dapat menitikberatkan pada usaha-usaha perbaikan untuk hal-hal atau faktor yang benar-benar dianggap penting oleh para konsumen dalam hal ini adalah orang tua murid Taman Kanak-kanak Kuncup Harapan Depok. Dalam gambar 4. dari diagram kartesius ini terlihat bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan dari faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pengguna terbagi menjadi empat bagian. adapun interpretasi dari diagram kartesius ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan para pengguna jasa Taman Kanak-kanak Kuncup Harapan Depok berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak sekolah karena keberadaan faktor inilah yang dinilai sangat diharapkan atau penting oleh para konsumen.

Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kriteria ini adalah :

Faktor no: 12 : Ketersediaan sarana bermain yang menunjang kegiatan Belajar

2. Kuadran B

Menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Taman Kanak-kanak Kuncup Harapan Depok berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya sudah

sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, dapat memuaskan.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran B adalah :

- Faktor no : 1 : Kurikulum yang digunakan untuk pembelajaran
- Faktor no : 2 : Metode pengajaran yang menarik dan tepat sasaran
- Faktor no : 3 : Kemampuan guru melaksanakan kegiatan pembelajaran
- Faktor no : 5 : Kemampuan guru mengenal karakter murid
- Faktor no : 15 : Lokasi yang strategis

3. Kuadran C

Menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Taman Kanak-kanak Kuncup Harapan Depok berada dalam kuadran ini dianggap kurang penting bagi konsumen, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran C adalah :

- Faktor no : 11 : Ketersediaan sarana belajar yang memadai
- Faktor no : 13 : Ketersediaan sarana lain seperti : antar jemput siswa, tempat parkir, ruang UKS, perpustakaan, WC dan lain-lain.
- Faktor no : 14 : Biaya sekolah yang ditawarkan

Faktor no : 16 : Penggunaan Bahasa Inggris sebagai
bahasa pengantar dalam pembelajaran

4. Kuadran D

Menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Taman Kanak-kanak Kuncup Harapan Depok berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut. Akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik oleh sekolah sehingga sangat memuaskan. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

Faktor no : 4 : Kemampuan berbahasa guru

Faktor no : 6 : Keramahan guru menangani murid dan orang tua

Faktor no : 7 : Penanganan konsultasi bagi orang tua

Faktor no : 8 : Penanganan yang responsif (cepat tanggap) dalam
menjawab keluhan orang tua

Faktor no : 9 : Kecekatan petugas non-guru dalam membantu
(petugas tata usaha, supir, dan petugas kebersihan)

Faktor no : 10 : Keramahan petugas non-guru dalam memberikan
pelayanan

4.4 Analisis Faktor-faktor Jasa Yang Belum Memuaskan Konsumen Dalam Pelaksanaan Kualitas Pelayanan Sekolah

Berdasarkan diagram kartesius di atas ada satu faktor dari kualitas pelayanan Taman Kanak-kanak Kuncup Harapan Depok yang menyebabkan adanya kesenjangan cukup besar dan tidak dapat ditoleransi, yaitu kesenjangan antara jasa yang diharapkan sehingga menyebabkan para pelanggan kurang puas.

Faktor tersebut adalah :

Faktor no :12 : Ketersediaan sarana bermain yang menunjang kegiatan belajar

Dalam faktor pelayanan “Ketersediaan sarana bermain yang menunjang kegiatan belajar” konsumen belum merasa puas. Ketidakpuasan konsumen terlihat dari diagram kartesius terdapat kesenjangan rata-rata skor tingkat pelaksanaan sebesar 7,66 sedangkan rata-rata skor tingkat kepentingan atau harapan adalah sebesar 9,36 selisihnya sebesar 1,7.

Ketidakpuasan konsumen disebabkan banyaknya sarana bermain yang sudah usah seperti : perosotan papan luncurannya agak retak, ayunan yang sandarannya sudah patah dan model alat permainannya sudah ketinggalan jaman.

Untuk memuaskan konsumennya sekolah berusaha mencari solusi dengan cara memperbaiki alat bermain yang masih ada. Mengusulkan pada pihak yayasan untuk menambah sarana bermain yang *up to date* dan membuat proposal mengajukan *block grant* kepada pihak Departemen Pendidikan Nasional.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis dengan mengolah dan menganalisis data yang diperoleh setelah menyebarkan kuesioner kepada responden yang adalah orang tua murid Taman Knak-kanak Kuncup Harapan Depok. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa, konsumen sudah puas terhadap pelayanan yang diberikan. Dengan uraian sebagai berikut :

- a. Terdapat satu faktor pelayanan yang menyebabkan terjadinya kesenjangan antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan sehingga membuat konsumen tidak puas,terdapat di kuadran A diagram kartesius. Faktor ini merupakan faktor yang menjadi prioritas utama yang harus diperhatikan dan harus dilaksanakan sesuai dengan harapan konsumen. Faktor tersebut adalah ketersediaan sarana bermain yang menunjang kegiatan belajar.
- b. Terdapat lima faktor pelayanan yang merupakan faktor-faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya karena sudah sesuai dengan harapan dan memuaskan konsumen. Faktor ini terdapat di kuadran B pada diagram kartesius.

Adapun faktor-faktor tersebut adalah :

- (1) Kurikulum yang digunakan untuk pembelajaran
- (2) Metode pengajaran yang menarik dan tepat sasaran
- (3) Kemampuan guru melaksanakan kegiatan pembelajaran
- (4) Kemampuan guru mengenal karakter murid
- (5) Lokasi yang strategis

c. Terdapat empat faktor pelayanan yang dinilai kurang penting oleh pelanggan, tetapi dilakukan cukup baik oleh sekolah sehingga cukup memuaskan konsumen. Faktor-faktor ini berada pada kuadran C diagram kartesius. Faktor-faktor pelayanan tersebut adalah :

- (1) Ketersediaan sarana belajar mengajar yang memadai
- (2) Ketersediaan sarana lain seperti : antar jemput siswa, tempat parkir, ruang UKS, perpustakaan, WC dan lain-lain
- (3) Biaya sekolah yang ditawarkan
- (4) Penggunaan Bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar dalam pembelajaran

d. Terdapat enam faktor pelayanan yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh sekolah namun dinilai kurang penting oleh pelanggan sehingga faktor ini sangat memuaskan pelanggan akan tetapi menjadi terkesan berlebihan. Faktor-faktor ini berada pada kuadran D diagram kartesius yaitu :

- (1) Kemampuan berbahasa guru
- (2) Keramahan guru menangani murid dan orang tua
- (3) Penanganan konsultasi bagi orang tua
- (4) Penanganan yang responsif (cepat tanggap) dalam menjawab keluhan orangtua
- (5) Kecekatan petugas non-guru dalam membantu pelayanan (petugas tata Usaha, supir, dan petugas kebersihan)
- (6) Keramahan petugas non-guru dalam memberikan pelayanan

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang kiranya dapat dimanfaatkan bagi Taman Kanak-kanak Kuncup Harapan Depok.

1. Berdasarkan hasil penelitian terdapat satu faktor pelayanan yang membuat konsumen merasa tidak puas sehingga menyebabkan kesenjangan antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan untuk menutupi kesenjangan tersebut :
 - a. Hendaknya sekolah lebih memperhatikan sarana bermain yang dipakai oleh anak-anak dengan cara setiap akhir tahun pelajaran melakukan perbaikan dan segera mengganti mainan yang sudah usang. Serta menyediakan sarana bermain yang lebih menarik dan edukatif. Seperti tangga majemuk, panjatan tali kapal, leggo dan tidak lupa dalam warna yang beraneka ragam.

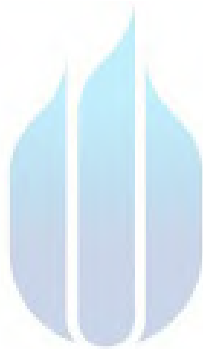
- b. Kepada pihak yayasan dihimbau untuk melakukan pengawasan secara berkala untuk ketersediaan sarana bermain ini agar pelayanan sekolah dapat lebih maksimal dan kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.
2. Pertahankan faktor-faktor yang sudah dapat memuaskan pelanggan, bahkan mungkin supaya dapat ditingkatkan, agar faktor-faktor yang masih lemah dapat tertutupi.
3. Dengan penelitian ini penulis hanya meneliti 16 faktor, sehingga banyak kekurangan. Mengingat keterbatasan penelitian ini, diharapkan akan ada penyempurnaan pada penelitian yang lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Indriantoro, Nur & Supomo, Bambang. Akuntan, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip, et al. Edisi Milenium. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Kotler, Philip, A.B. Susanto.2001. *Manajemen Pemasaran Indonesia Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- R, Lebin & R, Aritonang. *Kepuasan Pelanggan, Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saiful Ramadhan. 2006. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Rumah Sakit Cengkareng*, Skripsi Strata-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.
- Tjipto, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Edisi 2. Jakarta: Grasindo.





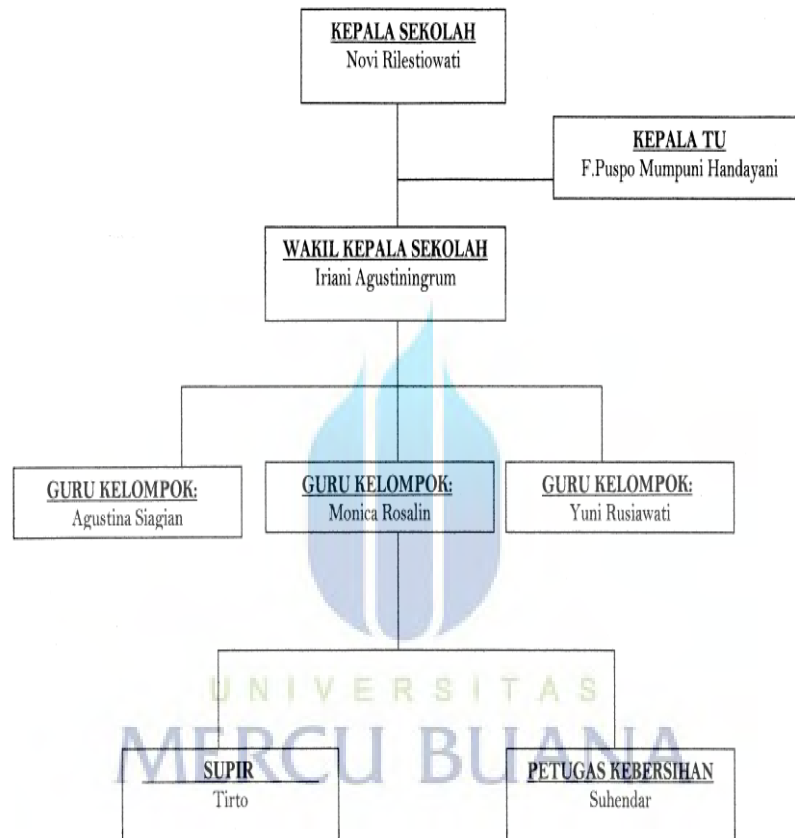
LAMPIRAN

MERCU BUANA

Lampiran 1

STRUKTUR ORGANISASI SEKOLAH KUNCUP HARAPAN

TAHUN PELAJARAN 2008/2009



Lampiran 2

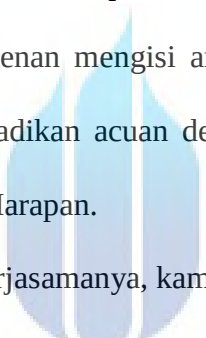
KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Bapak, Ibu, orang tua siswa Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan, kami mengucapkan terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada kami untuk membimbing serta mendidik putra/I Bapak dan Ibu.

Untuk dapat memenuhi harapan-harapan Bapak dan Ibu kami mohon kiranya Bapak dan Ibu berkenan mengisi angket yang kami sediakan. Adapun angket tersebut akan kami jadikan acuan demi kemajuan dan menjaga kualitas layanan di Sekolah Kuncup Harapan.

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Depok, Februari 2008

(Veronika Dwi Kurniasari)

Jawab dengan cara melingkari jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/Ibu.

A. PROFIL RESPONDEN

1. Usia Anda ?

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| (1) Kurang dari 20 tahun | (2) 20 tahun s/d 30 tahun |
| (3) 31 tahun s/d 40 tahun | (4) Lebih dari 40 tahun |

2. Pekerjaan Ayah ?

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| (1) Pegawai negeri | (2) Pegawai swasta |
| (3) Ibu rumah tangga | (4) Profesional/wiraswasta |

3. Pekerjaan Ibu ?

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| (1) Pegawai negeri | (2) Pegawai swasta |
| (3) Ibu rumah tangga | (4) Profesional/wiraswasta |

4. Pendidikan terakhir Ayah ?

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| (1) SMU atau sebelumnya | (2) Diploma |
| (3) Sarjana S-1 | (4) Pasca Sarjana |

5. Pendidikan terakhir Ibu ?

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| (1) SMU atau sebelumnya | (2) Diploma |
| (3) Sarjana S-1 | (4) Pasca Sarjana |

6. Pendapatan keluarga perbulan ?

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| (1) Kurang dari Rp 2.000.000 | (2) Rp 2.000.000 s/d Rp 3.000.000 |
| (3) Rp 3.001.000 s/d Rp 4.000.000 | (4) Lebih dari Rp 4.000.000 |

7. Pengeluaran keluarga perbulan ?

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| (1) Kurang dari Rp 1.000.000 | (2) Rp 1.000.000 s/d Rp 2.000.000 |
| (3) Rp 2.001.000 s/d Rp 3.000.000 | (4) Lebih dari Rp 3.000.000 |

8. Berapa jumlah anak dalam keluarga ?

(1) 1 anak

(2) 2 anak

(3) 3 anak

(4) lebih dari 3 anak

9. Berapa jumlah anak yang sedang dan pernah bersekolah di Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok ?

(1) 1 anak

(2) 2 anak

(3) 3 anak

(4) lebih dari 3 anak

10. Dari mana Anda mengetahui Taman Kanak-Kanak Kuncup Harapan Depok ?

(1) Teman

(2) Tahun Sendiri

(3) Spanduk

(4) Brosur



Kepada Yth. Bapak/Ibu

Untuk peningkatan standar pelayanan di Taman Kanak-kanak,
kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner di bawah ini:

A. Seberapa Pentingkah Faktor-faktor di Bawah ini:

Ketika Bapak/Ibu hendak memilih sekolah Taman Kanak-kanak untuk putra/i anda,seberapa **penting**kah faktor-faktor di bawah ini menjadi pertimbangan Bapak/Ibu:

Berikanlah penilaian Bapak/Ibu dengan mencentang di bawah angka yang tepat menggambarkan

penting-tidaknya faktor-faktor yang disebutkan di bawah ini. Berikanlah nilai antara 1 s.d. 10.

Semakin kecil angka semakin tidak penting faktor tersebut, semakin besar angka semakin penting faktor tersebut

		Sangat Tidak Penting ← — ← — — — — — — — — — — → — → Sangat Penting									
Seberapa Pentingkah Faktor-faktor di Bawah ini:		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Kurikulum yang digunakan untuk pembelajaran										
2	Metode pengajaran yang menarik dan tepat sasaran										
3	Kemampuan guru melaksanakan kegiatan pembelajaran										
4	Kemampuan Berbahasa Guru										
5	Kemampuan guru mengenal karakter murid										
6	Keramahan guru menangani murid dan orangtua										
7	Penanganan konsultasi bagi orangtua										
8	Penanganan yang responsif (cepat tanggap) dalam menjawab keluhan orangtua										
9	Kecekatan petugas non-guru dalam membantu pelayanan (petugas tata usaha, supir, dan penjaga sekolah)										
10	Keramahan petugas non-guru dalam memberikan pelayanan										
11	Ketersediaan sarana belajar mengajar yang memadai										
12	Ketersediaan sarana bermain yang menunjang kegiatan belajar										
13	Ketersediaan sarana lain seperti: antar jemput siswa, tempat parkir, ruang UKS, perpustakaan, WC, dll.										
14	Biaya sekolah yang ditawarkan										
15	Lokasi yang strategis										
16	Penggunaan Bahasa Inggris sebagai Bahasa pengantar dalam pembelajaran										

B. Seberapa Puaskah Anda terhadap Layanan dan Kinerja Taman Kanak-Kanak KUNCUP HARAPAN

Berikut ini Bapak/Ibu diminta memberikan penilaian terhadap layanan dan kinerja yang diberikan TK Kuncup Harapan.

Berikanlah penilaian Bapak/Ibu dengan mencentang di bawah angka yang tepat menggambarkan puas-tidaknya Bapak/Ibu terhadap layanan/kinerja TK Kuncup Harapan dalam faktor-faktor yang disebutkan di bawah ini. Berikanlah nilai antara 1 s.d. 10. Semakin kecil angka semakin tidak puas Anda, semakin besar angka semakin puas Anda.

Sangat Tidak Puas ← — — — — — → — — — — — Sangat Puas

	Seberapa Puaskah Bapak/Ibu terhadap layanan TK Kuncup Harapan dalam Faktor-faktor di Bawah ini:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Seberapa puaskah Anda terhadap Kurikulum yang digunakan untuk pembelajaran di TK Kuncup Harapan (TK KH)										
2	Seberapa puaskah Anda terhadap ketepatan dan daya tarik metode pengajaran di TK KH										
3	Seberapa puaskah Anda terhadap Kemampuan guru TK KH dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran										
4	Seberapa puaskah Anda terhadap Kemampuan Berbahasa Guru di TK KH										
5	Seberapa puaskah Anda terhadap Kemampuan guru TK KH dalam mengenal karakter murid										
6	Seberapa puaskah Anda terhadap Keramahan guru TK KH dalam menangani murid dan orangtua										
7	Seberapa puaskah Anda terhadap Penanganan konsultasi bagi orangtua di TK KH										
8	Seberapa puaskah Anda terhadap cepat tanggapnya penanganan keluhan orangtua di TK KH										
9	Seberapa puaskah Anda terhadap Kecekatan petugas non-guru dalam membantu pelayanan (petugas tata usaha, supir, dan penjaga sekolah) di TK KH										
10	Seberapa puaskah Anda terhadap Keramahan petugas non-guru dalam memberikan pelayanan										
11	Seberapa puaskah Anda terhadap Ketersediaan sarana belajar mengajar di TK KH										
12	Seberapa puaskah Anda terhadap Ketersediaan sarana bermain yang menunjang kegiatan belajar di TK KH										
13	Seberapa puaskah Anda terhadap Ketersediaan sarana lain seperti: antar jemput siswa, tempat parkir, ruang UKS, perpustakaan, WC, dll. di TK KH										
14	Seberapa puaskah Anda terhadap Biaya sekolah yang ditawarkan di TK KH										
15	Seberapa puaskah Anda terhadap ke-strategis-an Lokasi TK KH										
16	Seberapa puaskah anda terhadap penggunaan bahasa inggris sebagai Bahasa pengantar dalam pembelajaran di TK KH										

C. Saran dan Masukan yang konstruktif untuk peningkatan layanan dan kinerja TK KH (bila ada, silakan tuliskan di bawah ini):

.....

.....

.....

.....

.....

TERIMA KASIH ATAS BANTUAN DAN KERJA SAMA BAPAK/IBU

Tabel
Data Para Responden

Responden	A				B								C								D				E				F				G				H			
	< 20	20 - 30	31 - 40	> 40	Pgw.Negeri		Pgw.Swasta		Tdk Bekerja		Wirastwasta		SMU/sebelumnya		Diploma		S-1		Pasca Sarjana		< 2 juta	2 juta - 3 juta	3 juta - 4 juta	> 4 juta	< 1 juta	1 juta - 2 juta	2 juta - 3 juta	> 3 juta	1 anak	2 anak	3 anak	> 3 anak	1 anak	2 anak	3 anak	> 3 anak	Teman	Tahu Sendiri	Spanduk	Brosur
					Ayah	Ibu	Ayah	Ibu	Ayah	Ibu	Ayah	Ibu	Ayah	Ibu	Ayah	Ibu	Ayah	Ibu	Ayah	Ibu																				
Jml	0	15	28	7	1	2	33	9	0	31	16	8	19	26	4	11	23	11	4	2	5	8	21	16	2	10	22	16	18	15	11	6	30	10	8	2	28	17	5	0
Persentase	0%	30%	56%	14%	2%	4%	66%	22%	0%	84%	32%	10%	38%	52%	8%	22%	46%	22%	8%	4%	10%	16%	42%	32%	4%	20%	44%	32%	60%	20%	16%	4%	60%	20%	16%	4%	56%	34%	10%	0%

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 4.1
Data Para Responden

Responden			Jml	Persentase
A	< 20		0	0%
	20 - 30		15	30%
	31 - 40		28	56%
	> 40		7	14%
B	Pgw.Negeri	Ayah	1	2%
		Ibu	2	4%
	Pgw.Swasta	Ayah	33	66%
		Ibu	9	22%
	Tdk Bekerja	Ayah	0	0%
		Ibu	31	84%
	Wirastwasta	Ayah	16	32%
		Ibu	8	10%
C	SMU/sebelumnya	Ayah	19	38%
		Ibu	26	52%
	Diploma	Ayah	4	8%
		Ibu	11	22%
	S-1	Ayah	23	46%
		Ibu	11	22%
	Pasca Sarjana	Ayah	4	8%
		Ibu	2	4%
D	< 2 juta		5	10%
	2 juta - 3 juta		8	16%
	3 juta - 4 juta		21	42%
	> 4 juta		16	32%
E	< 1 juta		2	4%
	1 juta - 2 juta		10	20%
	2 juta - 3 juta		22	44%
	> 3 juta		16	32%
F	1 anak		18	60%
	2 anak		15	20%
	3 anak		11	16%
	> 3 anak		6	4%
G	1 anak		30	60%
	2 anak		10	20%
	3 anak		8	16%
	> 3 anak		2	4%
H	Teman		28	56%
	Tahu Sendiri		17	34%
	Spanduk		5	10%
	Brosur		0	0%

Sumber : Hasil Olah Data