

Pengaruh knowledge, skills, engagement dan university social responsibility terhadap kepuasan mahasiswa

Awisal Fasyni^{1*}, Astra Prima Budiarti², Rizki Sri Lamini³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Padang.

¹Email: awisalfasyni@gmail.com

²Email: astraprimab@gmail.com

³Email: rizkisrilasmini@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *knowledge, skills, engagement* dan *university social responsibility* (USR) terhadap *service quality* dan kepuasan mahasiswa UNP. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berstatus aktif dan minimal sudah menempuh pendidikan selama 1 tahun. Jumlah sampel penelitian sebanyak 277 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan USR dengan *service quality* dan *service quality* dengan kepuasan mempunyai hubungan yang signifikan positif, sementara variabel lainnya tidak terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa universitas dapat memberikan kepuasan bagi mahasiswa melalui peningkatan program USR.

Kata Kunci: Knowledge; skills; engagement; USR; kepuasan

Influence of knowledge, skills, engagement and social responsibility university on student satisfaction

Abstract

This study aims to determine the effect of knowledge, skills, engagement and university social responsibility (USR) on service quality and satisfaction of UNP students. The population in this study were students who were active and had at least one year of education. The number of research samples were 277 respondents. Data were collected through a questionnaire using a Likert scale and analyze using Partial Least Square (PLS) with SmartPLS software. The results showed USR with service quality and service quality with satisfaction had a significant positive relationship, while other variables were not proven to have a significant effect. This indicates that universities can provide satisfaction for students through enhancing the USR program.

Keywords: Knowledge; skills; engagement; USR; satisfaction

PENDAHULUAN

Perguruan Tinggi merupakan salah satu organisasi yang bergerak di bidang pendidikan. Sebagaimana organisasi lainnya, PT juga menghadapi situasi persaingan yang semakin berkembang sehingga dituntut untuk dapat menjalankan fungsinya sesuai dengan perubahan zaman dan kebutuhan pasar. Perguruan tinggi sebagai suatu lembaga yang bergerak di bidang jasa harus mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi konsumen ataupun pelanggannya.

Universitas Negeri Padang (UNP) merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang memiliki visi menjadi salah satu universitas unggul di kawasan Asia Tenggara di bidang ilmu kependidikan, ilmu pengetahuan, teknologi, olahraga, dan seni pada tahun 2020 berdasarkan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Upaya mewujudkan visi menjadi universitas unggul menuntut UNP untuk menyelenggarakan pengelolaan universitas yang baik dalam setiap aspek sehingga dapat memenangkan persaingan dalam industri perguruan tinggi.

Kualitas perguruan tinggi ditentukan oleh mutu pelayanan yang dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan, baik mahasiswa sebagai konsumen internal maupun pengguna lulusan sebagai konsumen eksternal (Lewis dan Smith, 1994). Perguruan tinggi yang bergerak di bidang industri jasa harus terus memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang, karena semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004). Kepuasan mahasiswa adalah barometer terbaik kualitas layanan pendidikan, yang telah mendapat perhatian terbesar dari institusi pendidikan tinggi yang mencari keunggulan kompetitif (Arambewela dan Hall, 2006).

Kepuasan yang sifatnya langsung bagi mahasiswa adalah kegiatan pembelajaran sebagai aspek pengalaman yang dikonsumsi (Sackin, 2018). Tiga dimensi dalam kerangka konseptual pembelajaran adalah *knowledge*, *skills* dan *engagement* (Murillo et al. 2019). Pengetahuan (*knowledge*) merujuk kepada pengetahuan yang diperoleh dalam hal kapasitas mahasiswa untuk memahami pelajaran (Lopes dan Soares, 2018). Keterampilan (*skills*) menunjukkan kemampuan mahasiswa untuk bekerja dalam kelompok (O'Flaherty dan Phillips, 2015), mendengarkan pendapat orang lain (Murillo dan Montanero, 2018), belajar mandiri (Baars dan Wijnia, 2018), menerapkan pengetahuan dalam praktek (Botma et al., 2015), serta mensintesis dan menganalisis informasi (Goldman dan Scardamalia, 2013; D'Alessio et al., 2019). Keterlibatan (*engagement*) sebagai tindakan terlibat aktif dalam kegiatan belajar (Fredricks et al., 2016).

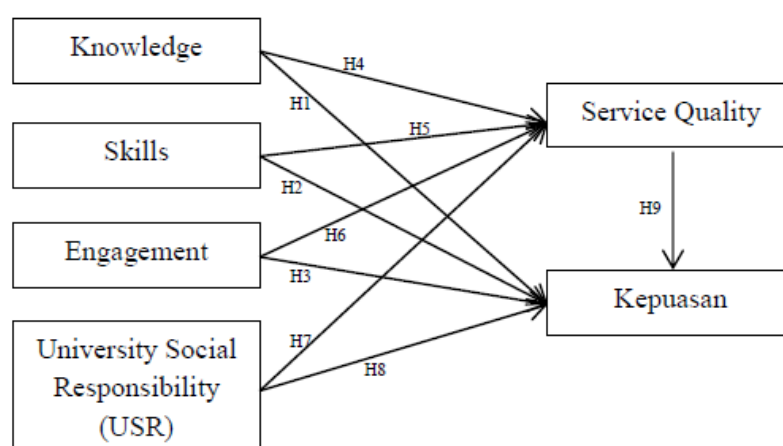
Berbeda dengan kegiatan pembelajaran yang dirasakan secara langsung oleh mahasiswa, baru-baru ini pembahasan kepuasan juga dikaitkan dengan isu *university social responsibility (USR)*. Tanggung jawab sosial universitas menjadi perbincangan penting saat ini dalam konteks keberlanjutan sebuah perguruan tinggi. Memahami harapan pelanggan mengenai tanggung jawab sosial universitas (USR) adalah hal mendasar untuk menciptakan dan menerapkan strategi dan program yang berhasil (Santos, et al., 2020). Tanggung jawab sosial menjadi konsep yang semakin penting dalam mempertahankan daya saing dan keberlanjutan dalam konteks globalisasi (Santos, et al., 2020).

USR menggarisbawahi kolaborasi etis tidak hanya dengan komunitas universitas, tetapi juga dengan ekologi sebagai komponen signifikan dari keterlibatan pemangku kepentingan (Esfijani et al., 2013). Universitas perlu mengadopsi strategi tanggung jawab sosial seperti organisasi bisnis lainnya karena tanggung jawab sosial biasanya mengacu pada konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), untuk memenuhi harapan para pemangku kepentingan (mahasiswa, pengusaha lulusan, lembaga pendanaan, dan masyarakat) serta pemangku kepentingan internal seperti (administrator, fakultas, dan staf) di lembaga pendidikan tinggi (Chen et al., 2014).

Penelitian ini membahas bagaimana hubungan antara *service quality* dan kepuasan mahasiswa dengan *knowledge*, *skills*, *engagement* dan persepsi mahasiswa terhadap USR yang dilakukan oleh universitas.

METODE

Penelitian ini menggunakan 6 variabel, yaitu kepuasan, *service quality*, *knowledge*, *skills*, *engagement* dan *USR*. Hubungan variabel-variabel tersebut digambarkan dalam model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1: *Knowledge* secara langsung dan positif mempengaruhi kepuasan mahasiswa

H2: *Skills* secara langsung dan positif mempengaruhi kepuasan mahasiswa

H3: *Engagement* secara langsung dan positif mempengaruhi kepuasan mahasiswa

H4: *Knowledge* secara langsung dan positif mempengaruhi *service quality*

H5: *Skills* secara langsung dan positif mempengaruhi *service quality*

H6: *Engagement* secara langsung dan positif mempengaruhi *service quality*

H7: *USR* secara langsung dan positif mempengaruhi *service quality*

H8: *USR* secara langsung dan positif mempengaruhi kepuasan mahasiswa

H9: *Service quality* secara langsung dan positif mempengaruhi kepuasan mahasiswa

Tujuan penelitian ini adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan metode survei, dimana data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UNP berstatus aktif dan sudah mengikuti perkuliahan minimal 1 tahun. Dari kuesioner yang disebarkan terdapat 277 yang layak untuk dianalisis lebih lanjut. Data yang diperoleh dari hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan teknik *Partial Least Square (PLS)* dengan software SmartPLS versi 2.0.

Analisis PLS digunakan untuk menjelaskan hubungan antara 6 variabel, yaitu *knowledge*, *skills*, *engagement*, *USR*, *service quality* dan kepuasan. Terdapat 2 indikator *knowledge*, 6 indikator *skills*, 2 indikator *engagement*, 3 indikator *USR*, 5 indikator *service quality* dan 6 indikator kepuasan. Indikator-indikator tersebut tertuang pada pernyataan dalam kuesioner yang diisi oleh responden (Tabel 1).

Tabel 1. Variabel dan Item Pernyataan Kuesioner

No	Variabel	Item Pernyataan	Diadopsi dari
1	<i>Knowledge</i>	Metode pembelajaran di UNP memberikan pemahaman yang lebih baik Metode pembelajaran di UNP memberikan persiapan yang lebih baik untuk menghadapi ujian	Murillo (2019)
2	<i>Skills</i>	Metode pembelajaran di UNP meningkatkan keterampilan bekerja dalam kelompok Metode pembelajaran di UNP meningkatkan kemampuan mendengarkan pendapat orang lain Metode pembelajaran di UNP meningkatkan kemampuan belajar mandiri Metode pembelajaran di UNP meningkatkan kemampuan menerapkan pengetahuan dalam praktik Metode pembelajaran di UNP meningkatkan kemampuan menganalisis (kemampuan untuk membedakan dan memisahkan bagian-bagian dan mencari keterkaitan antarbagian tsb) Metode pembelajaran di UNP meningkatkan kemampuan mensintesis (menyatukan bagian2 secara logis sehingga membentuk pola baru yang	Murillo (2019)

		berstruktur)	
3	Engagement	Metode pembelajaran di UNP melibatkan mahasiswa secara lebih aktif Metode pembelajaran di UNP lebih mudah diikuti	Murillo (2019)
4	USR	UNP memiliki potensi tinggi untuk berkontribusi terhadap penghargaan lingkungan UNP memiliki potensi tinggi untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi UNP memiliki potensi tinggi untuk berkontribusi pada penyelesaian masalah sosial	Santos (2020)
5	Service quality	UNP memiliki sumber daya dan infrastruktur berkualitas tinggi Jurusan/prodi di UNP memiliki kualitas tinggi Staf pengajar UNP memiliki kompetensi yang bagus Pegawai UNP memiliki kompetensi yang bagus UNP memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dari universitas lain	Santos (2020)
6	Kepuasan	Saya puas dengan pendidikan yang ditawarkan UNP Keputusan saya memilih kuliah di UNP adalah pilihan yang benar Saya puas dengan semua pengalaman yang saya dapatkan di UNP Saya akan merekomendasikan UNP kepada orang lain Saya bangga menjadi bagian dari UNP Pengalaman yang saya dapatkan di UNP sesuai dengan harapan saya	Santos (2020)

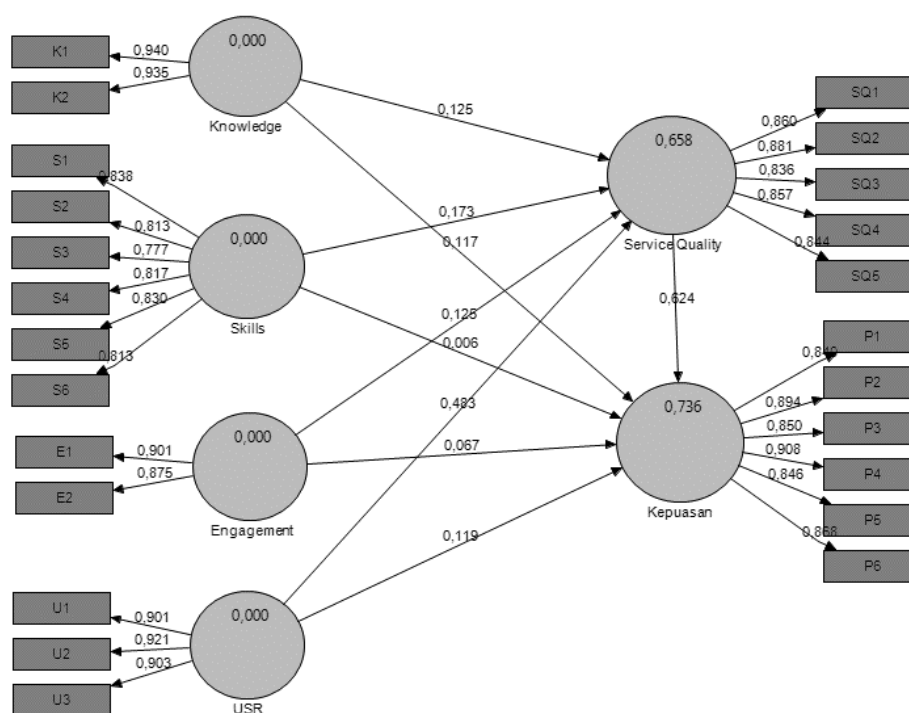
HASIL DAN PEMBAHASAN

Model penelitian menggunakan 4 variabel laten eksogen yaitu *knowledge*, *skills*, *engagement* dan *USR* serta 2 variabel laten endogen yaitu *service quality* dan kepuasan. Variabel laten eksogen disusun oleh indikator eksogen dan variabel laten endogen disusun oleh indikator endogen. Masing-masing variabel memiliki jumlah indikator yang berbeda-beda: variabel *knowledge* memiliki 2 indikator (K1, K2), *skills* 6 indikator (S1, S2, S3, S4, S5, S6), *engagement* 2 indikator (E1, E2), *USR* 3 indikator (U1, U2, U3), *service quality* 5 indikator (SQ1, SQ2, SQ3, SQ4, SQ5) dan kepuasan memiliki 6 indikator (P1, P2, P3, P4, P5, P6).

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian model pengukuran untuk verifikasi indikator dan variabel laten. Pengujian tersebut meliputi pengujian validitas konstruk dan uji reliabilitas konstruk. Uji validitas konstruk diukur dengan parameter skor *loading* pada model penelitian dan menggunakan parameter AVE dan *communality*. Skor AVE dan *communality* harus >0,5. Suatu indikator dianggap valid jika memiliki nilai *loading* diatas 0,7, namun *loading* 0,5 sampai 0,7 masih dapat diterima selama skor AVE dan *communality* >0,5. Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability*. Konstruk dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* >0,6 dan nilai *composite reliability* >0,7 (Abdillah dan Jogiyanto 2015).

Tabel 2. Hasil kriteria model

Variabel	AVE	Communality	Cronbach Alpha	Composite Reliability	R-Square
<i>Knowledge</i>	0,879	0,879	0,862	0,936	
<i>Skills</i>	0,664	0,664	0,899	0,922	
<i>Engagement</i>	0,789	0,789	0,733	0,882	
<i>USR</i>	0,825	0,825	0,894	0,934	
<i>Service Quality</i>	0,732	0,732	0,908	0,932	0,658
Kepuasan	0,753	0,753	0,934	0,948	0,735



Gambar 2. Nilai outerloading

Hasil kriteria model penelitian dapat dilihat pada Tabel 2. Dari tabel tersebut diketahui nilai AVE dan *communality* semua variabel diatas 0,5, nilai *composite reliability* >0,7 dan *cronbachs alpha* >0,6. Selain itu nilai *loading* semua indikator juga diatas 0,7 (Gambar 2). Dengan demikian dapat dikatakan nilai konstruk dalam model penelitian ini *reliable* dan indikatornya konsisten dalam mengukur konstruk latennya.

Nilai R-square 0,658 menunjukkan besarnya kontribusi 4 variabel (*knowledge*, *skills*, *engagement* dan *USR*) terhadap *service quality* dan 0,735 menunjukkan besarnya kontribusi *service quality* terhadap kepuasan (Tabel 2). Angka ini berarti 65,8% *service quality* dipengaruhi oleh *knowledge*, *skills*, *engagement* dan *USR* dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Kemudian 73,5% kepuasan juga dipengaruhi oleh *service quality*. Hal ini menunjukkan sebagian besar kepuasan mahasiswa ditentukan oleh faktor kualitas layanan.

Kualitas layanan dalam banyak penelitian terbukti memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan mahasiswa. Hal inilah yang mendorong perguruan tinggi untuk sangat memperhatikan faktor kualitas layanan.

Pengujian hipotesis

Tabel 3. Hasil analisis inner model

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STER)
Knowledge -> Service Quality	0,125	0,124	0,104	0,104	1,194
Knowledge -> Kepuasan	0,117	0,110	0,110	0,110	1,056
Skills -> Service Quality	0,173	0,172	0,124	0,124	1,397
Skills -> Kepuasan	0,006	0,017	0,116	0,116	0,052
Engagement -> Service Quality	0,125	0,128	0,115	0,115	1,091
Engagement -> Kepuasan	0,067	0,059	0,111	0,111	0,609
USR -> Service Quality	0,483	0,479	0,096	0,096	5,016
USR -> Kepuasan	0,119	0,124	0,096	0,096	1,231
Service Quality -> Kepuasan	0,624	0,620	0,094	0,094	6,659

Hipotesis penelitian dijawab dengan nilai pada *path coefficient* (Tabel 3). Jika nilai t statistik > t tabel (1,96) maka variabel memiliki hubungan signifikan. Hasil analisis menunjukkan hipotesis 7 dan 9

diterima dimana hipotesis 7 merupakan pengaruh *USR* terhadap *service quality* dan hipotesis 9 adalah pengaruh *service quality* terhadap kepuasan. Keduanya memiliki nilai *t* statistik $> 1,96$, yaitu 5,016 dan 6,659 dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,483 dan 0,624. Dengan demikian apabila nilai persepsi mahasiswa terhadap tanggung jawab sosial universitas tinggi, maka kualitas layanan juga dinilai tinggi dan makin tinggi nilai kualitas layanan makin tinggi pula kepuasan mahasiswa.

Hal ini sejalan dengan penelitian Santos (2020), Vazquez et al. (2014) dan (Luo dan Bhattacharya, 2006) yang menunjukkan bahwa *USR* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan. Upaya universitas untuk mempromosikan *social responsibility* adalah salah satu faktor yang secara positif dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan (Vazquez et al., 2014). Pelanggan mendapatkan persepsi nilai yang lebih baik dan kepuasan yang lebih besar dengan produk atau layanan ketika semuanya disediakan oleh perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial (Luo dan Bhattacharya, 2006).

Hipotesis 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 8 ditolak karena nilai *t* statistiknya lebih kecil dari nilai *t* tabel (1,96), yaitu 1,056, 0,052, 0,609, 1,194, 1,397, 1,091 dan 1,231 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *knowledge* dengan kepuasan (H1), *skills* dengan kepuasan (H2), *engagement* dengan kepuasan (H3), *knowledge* dengan *service quality* (H4), *skills* dengan *service quality* (H5), *engagement* dengan *service quality* (H6) dan *USR* dengan kepuasan (H8).

Kepuasan konsumen tidak hanya ditentukan oleh pengalaman langsung saat mengkonsumsi produk ataupun kualitas layanan yang diberikan. Menurut Irawan (2009), terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga dan kemudahan. Sementara menurut Zeithaml dan Bitner (2013), hal-hal yang mempengaruhi kepuasan adalah fitur dari produk dan jasa; *consumer emotion*; *attribution for service success or failure*; *perception of equity and fairness*; *other consumer*; *family members* dan *coworkers*.

SIMPULAN

USR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *service quality* dan kepuasan, sehingga mahasiswa akan semakin puas apabila persepsi *USR* semakin baik. Sementara aspek pengalaman langsung dalam kegiatan pembelajaran (*knowledge, skills, engagement*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *service quality* dan kepuasan sehingga peningkatan atau penurunan *knowledge, skills, engagement* tidak akan berhubungan dengan puas tidaknya mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arambewela, R dan Hall, J. (2006). A comparative analysis of international education satisfaction using SERVQUAL. *Journal of Services Research*, 6, 141.
- Baars, M dan Wijnia, L. (2018). The relation between task-specific motivational profiles and training of self-regulated learning skills, *Learning and Individual Differences*, Vol. 64, 125–137.
- Botma, Y., Van Rensburg, G., Coetzee, I., & Heyns, T. (2015). A conceptual framework for educational design at modular level to promote transfer of learning. *Innovations in Education & Teaching International*, 52(5), 499–509.
- Chen, Y., Wang, Y., & Chen, N. S. (2014). Is FLIP enough? Or should we use the FLIPPED model instead? *Computers & Education*, 79, 16–27.
- D'Alessio, F. A., Avolio, B. E., & Charles, V. (2019). Studying the impact of critical thinking on the academic performance of executive MBA students. *Thinking Skills and Creativity*, 31, 275–283.
- Esfijani, A., Hussain, F., & Chang, E. (2013). University social responsibility ontology. *International Journal of Engineering Intelligent Systems*, 21(4), 271–281.
- Fredricks, J. A., Wang, M. T., Linn, J. S., Hofkens, T. L., Sung, H., Parr, A., et al. (2016). Using qualitative methods to develop a survey measure of math and science engagement. *Learning and Instruction*, 43, 5–15.
- Goldman, S. R., & Scardamalia, M. (2013). Managing, understanding, applying, and creating knowledge in the information age: Next-generation challenges and opportunities. *Cognition and Instruction*, 31(2), 255–269.
- Irawan, H. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Lewis, RG, Smith. 1994. *Total Quality in Higher Education*. Florida: St. Lucie Press.

Lopes, A. P., & Soares, F. (2018). Perception and performance in a flipped Financial Mathematics classroom. *International Journal of Management in Education*, 16(1), 105–113.

Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of marketing*, 70(4), 1-18.

Murillo-Zamorano, L, Sanchez J, Godoy-Caballero A. (2019). How the flipped classroom affects knowledge, skills, and engagement in higher education: Effects on students' satisfaction. *Computers and Education*, 141(2019), 103608.

Murillo-Zamorano, L. R., & Montanero, M. (2018). Oral presentations in higher education: A comparison of the impact of peer and teacher feedback. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 43(1), 138–150.

O'Flaherty, J., & Phillips, C. (2015). The use of flipped classrooms in higher education: A scoping review. *The Internet and Higher Education*, 25, 85–95.

Sackin, S. (2018). What gen Z wants in a career (and how to give it to them). Forbes Agency Council. Retrieved from <https://goo.gl/5g7Yzp>.

Santos G, Marques C, Justino E, Mendes L. (2020). Understanding social responsibility's influence on service quality and student satisfaction in higher education. *Journal of Cleaner Production*, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120597>

Tjiptono, F. 2004. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.

Vázquez, J. L., L Aza, C., & Lanero, A. (2014). Students' experiences of university social responsibility and perceptions of satisfaction and quality of service. *Ekonomski Vjesnik/Econviews: Review of contemporary business, entrepreneurship and economic issues*, 28(S), 25-39.

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6th ed. Boston: Mc.Graw-Hill.