

EFEKTIVITAS PEMBELIAN BUKU MATERI POKOK (MODUL) UT MELALUI TOKO BUKU *ONLINE* (TBO) ANTARA HARAPAN DAN KENYATAAN

Irmawaty¹, Yun Iswanto² dan Gunoro Nupikso³

¹Email: irmawaty@ecampus.ut.ac.id

²Email: yiswanto@ecampus.ut.ac.id

³Email: gunoro@ecampus.ut.ac.id

ABSTRACT

Universitas Terbuka is a Distance Learning institution that offers an independent learning system, so that in the Distance Learning system (PJJ) prioritizes student initiative and activeness in student centered learning process, therefore it is important for students to have a Basic Resource Book (module) to support study activities. Due to the wide scope of UT student services in various regions of Indonesia, the UT module sales system is conducted online through Toko Buku Online. Through the development of this online-based study material distribution model which came to be known as Toko Buku Online (TBO), students can obtain study materials without having to come to the UT study books sales center at the UPBJJ-UT Office. Such is the importance of TBO for students, that it is important to assess the effectiveness of TBO use for students, so that this service can continue to be improved given the large number of students who cannot use this service. The analysis method used is Importance Performance Analysis (IPA), this technique is used to compare the extent to which performance / service can be felt by students compared to the desired level of satisfaction. The results of the analysis show that the lowest Satisfaction Index lies in the Responsiveness attribute (X3) associated with the timeliness of study materials arrival, which is equal to 0.91. The highest satisfaction index lies in the Reliability attribute (X2) associated with student knowledge of the Toko Buku Online service that is equal to 1.04. The biggest gap lies in the Assurance (X4) dimension (-0.28) and the Responsiveness dimension (X3) that is equal to -0.24.

Keywords: Service, Toko Buku Online, Cartesian Diagram, Importance Performance

ABSTRAK

Universitas Terbuka merupakan institusi pendidikan jarak jauh yang menawarkan sistem belajar secara mandiri, sehingga dalam sistem Pendidikan Jarak Jauh (PJJ) mengutamakan inisiatif dan keaktifan siswa dalam proses belajar (student centered), sehingga dirasa penting mahasiswa memiliki Buku Materi Pokok (modul) untuk menunjang kegiatan belajar. Karena luasnya layanan mahasiswa UT di berbagai daerah di Indonesia, maka sistem penjualan modul UT dilakukan secara online melalui Toko Buku Online. Melalui pengembangan model distribusi bahan ajar berbasis online ini yang kemudian dikenal sebagai Toko Buku Online (TBO), mahasiswa dapat memperoleh bahan ajar tanpa harus datang ke tempat penjualan buku bahan ajar UT di Kantor UPBJJ-UT. Begitu pentingnya TBO bagi mahasiswa maka penting mengkaji efektivitas penggunaan TBO bagi mahasiswa, agar pelayanan ini terus dapat ditingkatkan mengingat banyaknya mahasiswa yang tidak bisa menggunakan layanan ini. Metode analisis yang digunakan adalah Importance Performance Analysis (IPA), teknik ini digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh mahasiswa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa Indeks Kepuasan terendah terletak pada atribut Responsiveness (X3) yang berkaitan dengan ketepatan waktu penerimaan bahan ajar, yaitu sebesar 0,91. Indeks kepuasan tertinggi terletak pada atribut Reliability (X2) yang berkaitan dengan pengetahuan mahasiswa terhadap layanan Toko Buku Online yaitu sebesar 1,04. Tingkat perbedaan atau gap terbesar terletak pada dimensi Assurance (X4) (-0,28) dan dimensi Responsiveness (X3) yaitu sebesar -0,24.

Kata kunci : Layanan, Toko Buku Online, Diagram Kartesius, Importance Performance Analysis

1. PENDAHULUAN

Universitas terbuka merupakan Perguruan Tinggi Negeri (PTN) ke-45 di Indonesia yang menerapkan sistem belajar terbuka dan jarak jauh. Sistem belajar ini terbukti efektif untuk meningkatkan daya jangkau dan pemerataan kesempatan pendidikan tinggi yang berkualitas bagi semua warga negara Indonesia, termasuk mereka yang tinggal di daerah-daerah terpencil, baik di



seluruh nusantara maupun di berbagai belahan dunia. Sebagai institusi pendidikan jarak jauh, salah satu karakteristik dari Universitas Terbuka (UT) adalah sistem belajar secara mandiri sehingga adanya keterpisahan secara fisik antara mahasiswa dengan pengajar/dosen (Bufford, 2005). Pendidikan Jarak Jauh (PJJ) mengutamakan inisiatif dan keaktifan siswa dalam proses belajar (*student centered*). Siswa yang memiliki kemandirian yang tinggi dalam belajar digambarkan sebagai orang yang mampu mengontrol proses belajar (Guglielmino & Guglielmino, 1991 dikutip oleh Darmayanti, 2004). Bahan ajar utama di UT adalah Buku Materi Pokok (BMP) atau yang umum disebut modul, berbentuk bahan ajar cetak. Modul merupakan satu-satunya pegangan utama bagi mahasiswa dalam proses belajar mandiri di UT. Begitu pentingnya modul bagi mahasiswa UT.

UT menawarkan sistem pembelian modul secara *online* melalui Toko Buku *Online*. Melalui pengembangan model distribusi bahan ajar berbasis *online* ini yang kemudian dikenal sebagai Toko Buku *Online* (TBO), mahasiswa dapat memperoleh bahan ajar tanpa harus datang ke tempat penjualan buku bahan ajar UT di Kantor UPBJJ-UT. Namun demikian apa yang diharapkan tersebut dalam kenyataannya bisa berbeda. Dari beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa proses pembelian modul UT secara *online* belum berjalan seperti yang dicita-citakan. Dalam kenyataannya masih banyak mahasiswa yang mengalami hambatan dalam pemesanan modul melalui TBO. Berdasarkan hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan mahasiswa melalui pelayanan TBO (Irmawaty, 2016), mahasiswa merasa kurang puas terhadap pelayanan TBO, sehingga mereka masih melakukan pembelian modul melalui UPBJJ-UT, bukan memesan langsung melalui TBO. Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang terjadi, maka penting melakukan penelitian untuk melihat efektifitas layanan TBO bagi mahasiswa.

2. TINJAUAN LITERATUR

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman et al., (1988: 23) dikutip Bitner (1996: 118) menerangkan 10 dimensi kualitas pelayanan dimana kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*), sedangkan akses komunikasi dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*emphaty*). Dengan demikian ada 5 dimensi kualitas pelayanan dalam menentukan kepuasan pelanggan yaitu:

1. Keandalan (*reliability*) Suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Jadi, kemampuan yang diberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan segera, akurat, dan memuaskan pelanggan yang datang ke perusahaan atau koperasi dan juga tempat kerja lainnya.
2. Daya Tanggap (*responsiveness*) Suatu kebijaksanaan untuk memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan, tidak membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas yang menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 3) Jaminan (*assurance*) Pengetahuan dan keramahan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.
- 4) Empati (*emphaty*) Memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami konsumen.
- 5) Bukti Fisik (*tangible*) Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan. Keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

3. METODE PENELITIAN

Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2008). Dalam penelitian ini populasi adalah seluruh mahasiswa UT. Sampel yang diambil adalah mahasiswa yang mengikuti tutorial online pada masa ujian 2017.1 pada 20 kelas Tuton.

Teknik Pengambilan Sampel

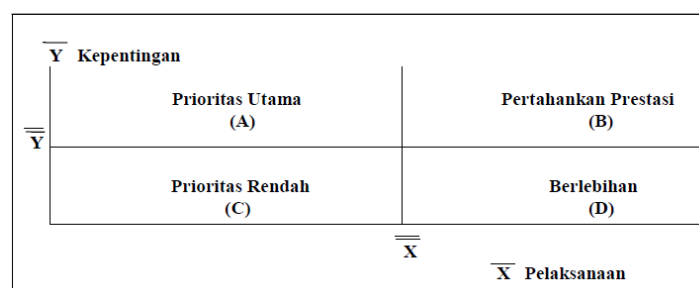
Dalam penelitian ini, kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa UT sebesar 3000 kuesioner. Dan kuesioner yang diisi mahasiswa dan dapat diolah sebanyak 465.

Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan daftar pertanyaan (*kuesioner*) yang dibagikan kepada responden. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer guna menguji fakta, persepsi, sikap, dan perilaku responden terhadap pelayanan dalam membangun kepuasan Mahasiswa prodi manajemen Fekon UT. Kuesioner ini berisi pertanyaan-pertanyaan tertutup yang jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu sehingga responden hanya memilih alternatif jawaban yang tersedia. Penentuan skor menggunakan 5 pilihan jawaban.

Metode Analisis Data

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja/pelayanan TBO yang dapat dirasakan oleh konsumen dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan dari layanan TBO. *Importance Performance Analysis* (IPA) bertujuan untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan sangat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan mereka. IPA digambarkan dalam diagram dua dimensi yaitu diagram *importance-performance* untuk mendapatkan usulan praktis dan memudahkan penjelasan data. Grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance-performance* seperti yang terlihat pada Gambar berikut ini.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Pada metode ini terdiri dari 2 variabel yaitu huruf X dan Y, untuk X merupakan tingkat kinerja karyawan yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah persamaan 1:

$$Tki = \frac{\sum Xi}{Yi} \times 100\% \quad (1)$$



Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja

Yi = Skor kepentingan pelanggan

Maka, untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah dengan persamaan 2 dan 3:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \quad (2)$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n} \quad (3)$$

Keterangan:

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/realita

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan/ekspektasi

n = Jumlah responden

Diagram Kartesius dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X}, \bar{Y}) . Dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja dan Y adalah rata-rata skor tingkat kepentingan.

Rumus selanjutnya yang digunakan adalah persamaan 4 dan 5:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{N} \quad \text{.....(persamaan 4)}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{N} \quad \text{.....(persamaan 5)}$$

Keterangan :

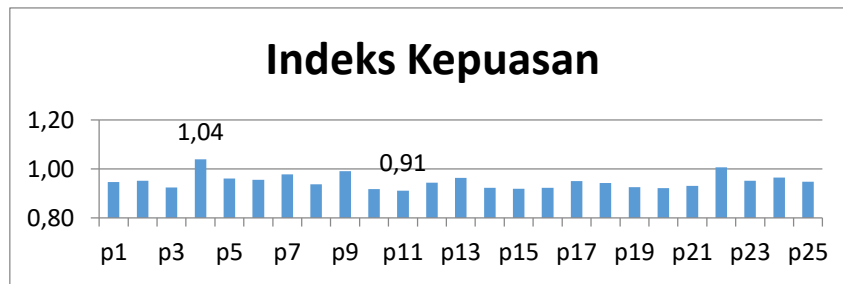
K = Banyaknya faktor atau atribut yang mempengaruhi harapan konsumen

4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Indeks Kepuasan

Indeks Kepuasan memperlihatkan perbandingan antara tingkat kepuasan dengan kepentingan responden. Semakin besar Indeks Kepuasan atau mendekati 1 maka menunjukkan semakin tinggi tingkat kepuasan, yang diasumsikan juga semakin baik kualitas pelayanan pada indikator tersebut. Jika Indeks Kepuasan >1 menunjukkan kenyataan atau kepuasan aktual perusahaan lebih tinggi dari kepentingan konsumen, kriterianya konsumen tergolong sangat puas, jika Indeks Kepuasan $=1$ menunjukkan kenyataan atau kepuasan aktual perusahaan sesuai atau sama dengan kepentingan konsumen, kriterianya konsumen tergolong puas dan jika Indeks kepuasan < 1 menunjukkan kenyataan atau kepuasan aktual perusahaan lebih rendah dari kepentingan konsumen, kriterianya konsumen tergolong tidak puas.

Indeks Kepuasan tersebut dapat dilihat dalam bentuk diagram batang pada Gambar berikut ini.



Gambar 2. Diagram Batang Indeks Kepuasan Atribut Kualitas Pelayanan

Berdasarkan gambar diagram batang tersebut, terlihat bahwa Indeks Kepuasan terendah terletak pada atribut Responsiveness (X3) yang berkaitan dengan Penerimaan bahan ajar yang dikirim tepat waktu, yaitu sebesar 0,91. Sedangkan Indeks Kepuasan tertinggi terletak pada atribut Reliability (X2) yang berkaitan dengan Saya mengetahui layanan Toko Buku Online yaitu sebesar 1,04.

Analisis Tingkat Perbedaan antara Kepentingan (*expectations*) dan Kepuasan (*attribute performance*)

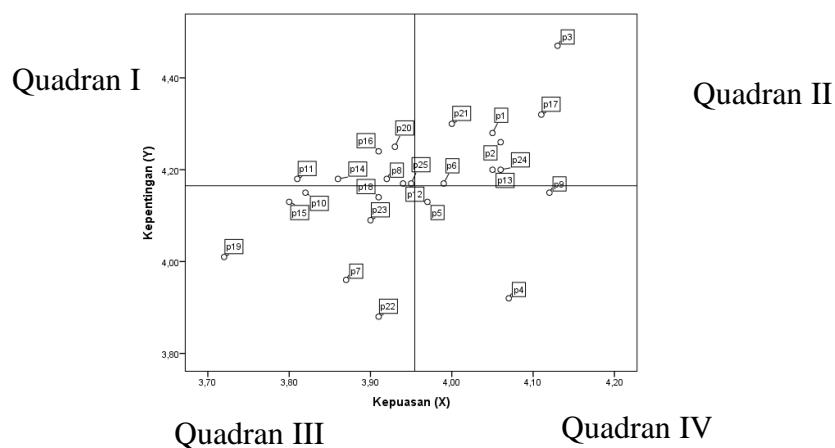
Tabel 1. Perhitungan Gap Masing-masing Dimensi *Service Quality*

Dimensi	Tingkat Kepuasan (X)	Kepentingan (Y)	GAP
Bukti Fisik (X1)	4,06	4,27	-0,22
Reliability (X2)	4,01	4,13	-0,12
Responsiveness (X3)	3,93	4,17	-0,24
Assurance (X4)	3,89	4,17	-0,28
Emphaty (X5)	3,96	4,15	-0,19

Tingkat perbedaan atau gap terbesar terletak pada dimensi Assurance (X4) (-0,28). Dimensi berikutnya yang memiliki tingkat perbedaan atau gap cukup besar yaitu dimensi Responsiveness (X3) yaitu sebesar -0,24.

Pemetaan Dimensi *Service Quality* dengan Menggunakan Diagram Kartesius

Pemetaan ini dilakukan untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen dan aspek apa yang benar-benar perlu ditingkatkan untuk memenuhi kepentingan konsumen terhadap kualitas pelayanan.



Gambar 3. Diagram Kartesius



Kuadran 1 : Menunjukkan atribut dimensi kualitas pelayanan yang harus memerlukan peningkatan dengan prioritas yang tinggi. Keberadaan atribut-atribut ini mendapatkan penilaian *sangat penting untuk diperbaiki*. Atribut-atribut yang memerlukan peningkatan dengan prioritas yang tinggi, yaitu berkaitan dengan Ketersediaan bahan ajar di TBO, ketepatan waktu pengiriman, Kemudahan akses TBO, Waktu pengiriman, ketepatan waktu pengiriman sesuai yang dijanjikan, media akses TBO, dan prosedur pemesanan modul melalui TBO.

Kuadran II : Menunjukkan atribut dimensi kualitas pelayanan yang harus tetap dipertahankan, karena termasuk ke dalam keunggulan perusahaan. Keberadaan atribut-atribut ini mendapatkan penilaian *cukup penting untuk diperbaiki*. Atribut-atribut yang harus tetap dipertahankan, karena termasuk ke dalam keunggulan perusahaan, yaitu berkaitan dengan Kualitas fisik bahan ajar, Ketersediaan Tanda Bukti Bank, layanan website UT, Keinginan Mahasiswa Membeli bahan ajar melalui toko buku *online*, kemudahan layanan TBO, jangkauan layanan POS, kepemilikan terhadap modul UT, kesesuaian antara modul yang dipesan dan yang dikirim

Kuadran III : Menunjukkan atribut dimensi kualitas pelayanan yang harus dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan, tetapi harus tetap dipertimbangkan oleh perusahaan karena berpengaruh terhadap manfaat yang dirasakan. Keberadaan atribut-atribut ini mendapatkan penilaian *tidak terlalu penting untuk diperbaiki*. Atribut-atribut yang harus dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan, tetapi harus tetap dipertimbangkan oleh perusahaan karena berpengaruh terhadap manfaat yang dirasakan, yaitu berkaitan dengan Menjadi Pelanggan di toko buku *online*, Kecepatan layanan toko buku *online*, Kemudahan komplain, kemudahan proses pemesanan modul melalui TBO, Tempat tinggal saya terisolir dari daerah jaringan telekomunikasi, Seluruh modul yang dimiliki dibeli melalui layanan Toko Buku Online, dan Ketersediaan Stok Modul TBO.

Kuadran IV : Menunjukkan atribut dimensi kualitas pelayanan yang harus tidak terlalu penting di mata pelanggan, dan dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya. Keberadaan atribut-atribut ini mendapatkan penilaian *tidak terlalu penting untuk diperbaiki*. Atribut-atribut yang harus dianggap tidak terlalu penting di mata pelanggan, dan dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya, yaitu berkaitan dengan Saya mengetahui layanan Toko Buku *Online*, terampil menggunakan fasilitas toko buku *online*, dan pembayaran TBO di bank.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Indeks Kepuasan terendah terletak pada atribut Responsiveness (X3) yang berkaitan dengan ketepatan waktu penerimaan bahan ajar, yaitu sebesar 0,91. Indeks kepuasan tertinggi terletak pada atribut Reliability (X2) yang berkaitan dengan Saya mengetahui layanan Toko Buku Online yaitu sebesar 1,04.
2. Tingkat perbedaan atau gap terbesar terletak pada dimensi Assurance (X4) (-0,28) dan dimensi Responsiveness (X3) yaitu sebesar -0,24.
3. kualitas pelayanan yang harus ditingkatkan dengan prioritas yang tinggi, karena keberadaan layanan ini mendapatkan penilaian *sangat penting untuk diperbaiki* yaitu berkaitan dengan Ketersediaan bahan ajar di TBO, ketepatan waktu pengiriman, Kemudahan akses TBO, Waktu pengiriman, ketepatan waktu pengiriman sesuai yang dijanjikan, media akses TBO, dan prosedur pemesanan modul melalui TBO.

Saran

1. Perbaikan pada ketepatan waktu pengiriman modul harus ditingkatkan agar waktu penerimaan modul kepada mahasiswa dapat tepat waktu sesuai dengan waktu yang di janjikan. Dan layanan TBO secara keseluruhan harus dipertahankan karena dapat memberikan kepuasan tertinggi bagi Mahasiswa, sehingga keberadaan TBO ini cukup efektif dan dapat dipertahankan.
2. Staff di UT harus dapat memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan, tidak membiarkan mahasiswa menunggu pengiriman modul UT tanpa adanya suatu alasan yang jelas yang menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas layanan TBO, staff harus mampu menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pada mahasiswa mengenai layanan TBO yang mampu memberikan kepuasan pada mahasiswa.
3. Ketersediaan bahan ajar di TBO, ketepatan waktu pengiriman, Kemudahan akses TBO, Waktu pengiriman, ketepatan waktu pengiriman sesuai yang dijanjikan, media akses TBO, dan prosedur pemesanan modul melalui TBO harus menjadi prioritas utama dalam perbaikan layanan TBO, karena indikator ini bisa memberikan layanan yang lebih baik jika manajemen UT memberikan perhatian dalam prioritas perbaikan.

REFERENSI

- Bufford, J. Jr. (2005). An introduction to designing and delivering courses and programs at a distance, *advance methods in distance education: Applications and practices for educators, administrators and learners*. eds. K.E. Dooley, J.R. Lindner, & L.M. Dooley. London: Yurchack Printing Inc.
- Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valarie A, (1996). *Services Marketing*. Edisi 1. Boston. MCGraw-Hill.
- Darmayanti, T. (2004). *Pengembangan tutorial melalui media telepon pada pendidikan jarak jauh (studi kasus di FISIP Universitas Terbuka)*. Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh. 5 (2), 108-127.
- Irmawaty, 2016. *Potret Layanan Akademik Dalam Membangun Kepuasan Mahasiswa Pada Program Studi Manajemen Fekon UT*. Universitas Terbuka
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.