

SKRIPSI

PENGENDALIAN KUALITAS PADA INTENSIVE ENGLISH COURSE

CABANG PALEMBANG

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

**Derri Tri Lazuardi
NIM. 01003110058**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDERALAYA**

2005

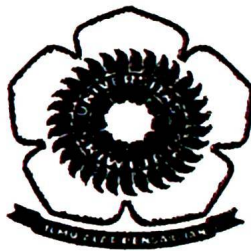
658.562 07
Lah
p
C057892
2005



SKRIPSI
PENGENDALIAN KUALITAS PADA INTENSIVE ENGLISH COURSE
CABANG PALEMBANG

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi

R.13206/13286



Oleh :
Derri Tri Lazuardi
NIM. 01003110058

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDERALAYA
2005

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

INDRALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

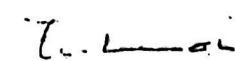
Nama : Derri Tri Lazuardi
Nomor Induk Mahasiswa : 01003110058
Jurusan : Manajemen
Program : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Operasional
Judul Skripsi : "Pengendalian Kualitas Pada Intensive English
Course Cabang Palembang"

Panitia Pembimbing Skripsi

Tanggal : 26-12-2005 Ketua Panitia :


Drs. H. Akma Effendy MM

Tanggal : 26-12-2005 Anggota Panitia :


Drs. Yuliansyah M Diah MM

MOTO:

“KATAKANLAH: ‘DIA-LAH ALLAH, YANG MAHA ESA (1)
ALLAH ADALAH TUHAN TEMPAT BERGANTUNGNYA SESUATU (2)
DIA TIDAK BERANAK DAN TIADA PULA DIPERANAKKAN (3)
DAN TIDAK ADA SEORANGPUN YANG SETARA DENGAN DIA” (4)
(QS, AL-IKHLAS)

We see, then, how far the monuments of wit and learning are more durable than monuments of power or hands. For have not the verses of homer continued twenty five years or more, without the loss of a syllable or letter; during which time infinite palaces, temples, castles, cities, have been decayed and demolished?

Francois Bacon (The Advancement Of Learning 1605)

Kupersembahkan Untuk:

- **Kedua orang tua ku**
- **Ayah dan kakak**
- **Teman-teman seperjuangan**
- **Almamaterku**

Kata Pengantar

Assalamualaikum wr.wb

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena hanya atas rahmat dan hidayah serta bantuan dan izin dari-Nya maka skripsi dengan judul "Pengendalian Kualitas Pada Intensive English Course cabang Palembang" dapat selesai tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terjadi kesalahan yang mengganggu karena bagaimanapun manusia tidak ada yang sempurna. Pada kesempatan yang baik ini izinkanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini.

1. Bapak DR. Syamsulrijal A.K , Dekan Fakultas Ekonomi
2. Bapak Drs. Yuliansyah M.Diah, MM ketua Jurusan Manajemen
3. Bapak Drs, Ali. Puspowarsito,MBA, pembimbing akademik atas bimbingan, nasihat selama penulis menjalani studi.
4. Bapak Drs.Akmal Effendi,MM, ketua pembimbing skripsi atas bimbingan, nasihat, masukan, serta dorongan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs Yuliansyah M Diah,MM, anggota pembimbing skripsi juga atas bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Staf pengajar dan dosen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis
7. Para pegawai Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu.

8. Bapak Edward Noverdi yang telah mengizinkan penulis untuk mengambil data pada Intensive English Course cabang Palembang, dan semua *Teachers especially my beloved teacher Ms Widi thanks you a lot.*
9. Teman-teman jurusan Manajemen angkatan 2000 yang telah memberi banyak bantuan dan dorongan kepada penulis . Anderli, Ari, Dedi, Erik, Indra, Husni, Noviarzah, Yopic, dan semuanya yang tidak dapat disebutkan namanya dalam skripsi ini.
10. Teman-teman di jurusan Manajemen angkatan 2001 yang telah setia menjadi teman berbagi suk dan duka : Anton, Cekwan, Iyus, Kapleng, Punk, Sapta, Nia, Lina, dan adik tingkat lainnya.
11. Pihak- Pihak Lainnya yang tidak dapat disebutka satu-persatu.

Walaupun penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan penulis berharap bahwa skripsi dapat bermanfaat baik bagi penulis sendiri, maupun bagi penelitian lebih lanjut.

Wassalamualaikum wr.wb

Palembang, 14 October 2005

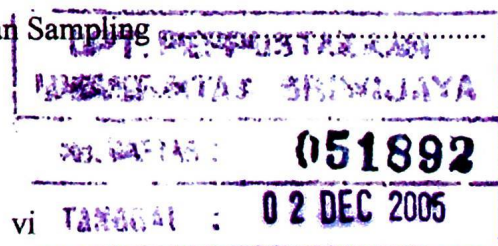
Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Manfaat Penelitian	13
1.4 Kerangka Pemikiran.....	13
1.5 Metodologi Penelitian	
1.5.1. Populasi dan Sampling	14



1.5.2. Ruang Lingkup Penelitian	15
1.5.3. Lokasi Penelitian.....	15
1.5.4. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	15
1.6 Teknik Pembahasan	16
1.7 Sistematika Pembahasan	18

BAB II: LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Manajemen Operasi	20
2.2 Kegiatan Operasi Dalam Sektor Jasa	
2.2.1. Kualitas Layanan.....	22
2.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	24
2.2.3 Pengertian Kualitas Ditinjau Dari Segi Pemberian Kepuasan Kepada Pelanggan	26
2.3 <i>Total Quality Management</i>	
2.3.1 Pengertian <i>Total Quality Management</i>	29
2.3.2 Ciri-ciri <i>Total Quality Management</i>	29
2.3.3 Manfaat <i>Total Quality Management</i>	30
2.4 Pengertian Pendidikan	31
2.5 Pengertian Pendidikan Diluar Sekolah.....	33
2.6 Pemasaran Jasa Pendidikan.....	35
2.7 Pengawasan Kualitas	
2.7.1 Arti Dan Tujuan	35

2.7.2 Intensitas Pengawasan Kualitas	36
2.8 Pelaksanaan Pengawasan Kualitas.....	37
2.9 Syarat-syarat Pengawasan Kualitas.....	38
2.10 Sasaran dan Ruang Lingkup Pengendalian Kualitas	
2.10.1 Sasaran Pengendalian Kualitas	39
2.10.2 Ruang Lingkup Pengendalian Kualitas.....	40
2.11 Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan	40

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	42
3.2 Struktur Organisasi Intensive English Course	44
3.3 Kedudukan dan Uraian Pekerjaan IEC 01 Palembang	
3.3.1 Kedudukan	46
3.3.2 Uraian Pekerjaan.....	46
3.4 Program-program Yang Ditawarkan oleh IEC.....	49

BAB IV: PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden	60
4.2. Persepsi Siswa Terhadap kualitas Yang Diberikan	
oleh Intensive English Course cabang Palembang.....	66
4.3. Persepsi Siswa Terhadap Hasil Belajar.....	71

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	76

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Program-Program yang ditawarkan oleh

IEC cabang Palembang.....hal 3

Tabel 1.2 Waktu Belajar.....hal 3

Tabel 2.1 Perbedaan pendidikan formal dengan

pendidikan non-formal.....hal 34

Tabel 3.1 Jumlah pengajar yang dimiliki oleh

IEC 01 Palembang.....hal 56

Tabel 3.2 Jumlah siswa yang dimiliki oleh IEC 01 Palembang

Maret-April 2005.....hal 57

Tabel 3.3 Perbandingan jumlah siswa masuk dengan

siswa keluar IEC 01 Palembanghal 58

Tabel 3.4 Jumlah peserta Extra Curricular Class

Maret-April 2005 IEC 01 Palembang.....hal 59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	4 Karakteristik Jasa	hal 6
Gambar 1.2	Model Kualitas Jasa	hal 10
Gambar 2.1	Persepsi Konsumen Atas Pelayanan dan Kepuasan Pelannggan.....	hal 25
Gambar 2.2	Manfaat TQM.....	hal 31
Gambar 3.1	Strutur Organisasi IEC cabang Palembang.....	hal 45
Gambar 3.2	Lokasi IEC cabang Palembang.....	hal 48
Gambar 3.3	Pilihan Waktu Belajar dan Hari Kursus.....	hal 52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat dunia dilanda globalisasi, ketika bangsa-bangsa diseluruh dunia saling berhubungan dan saling mempengaruhi, bahasa antar bangsa merupakan sarana komunikasi yang amat penting peranannya. Bahasa tersebut mendominasi proses saling menyampaikan pesan, pertukaran gagasan, perundingan, alih teknologi, pemasaran, dan sebagainya yang menyangkut kedua belah pihak.

Bahasa Inggris adalah salah satu bahasa yang mempunyai citra tersebut diatas dan oleh karenanya diusahakan dinegara kita ini diajarkan sedini mungkin, sehingga bahasa asing ini dapat dikuasai dengan baik oleh para generasi muda kita.

Ada banyak alasan penting mengapa negara kita harus belajar bahasa asing, diantaranya adalah dengan belajar bahasa asing kita dapat meningkatkan jangkauan dalam berkomunikasi, dengan belajar bahasa asing kita akan mendapatkan ilmu pengetahuan dari adat istiadat dan cara hidup orang dari negara lain.

Sehubungan dengan hal-hal yang disebutkan diatas, kita ketahui betapa pentingnya menguasai bahasa asing terutama bahasa dunia yaitu bahasa Inggris. Maka dari itu masyarakat luas saat ini telah mengetahui arti penting untuk menguasai bahasa Inggris, pelajar, mahasiswa, dosen, pengusaha, ilmuwan, dan bahkan ibu rumah tangga pun berusaha untuk dapat menguasai bahasa Inggris. Hal inilah yang menyebabkan banyaknya bermunculan lembaga-lembaga pendidikan yang menawarkan jasa pendidikan bahasa Inggris.

Hal ini disebabkan oleh tingginya minat masyarakat pada umumnya dan terutama para pelajar dan mahasiswa pada khususnya untuk mempelajari dan menguasai bahasa Inggris dengan baik dan benar. Karena luas dan besarnya pasar konsumen untuk jasa pendidikan bahasa maka pertumbuhan dan pengembangan lembaga pendidikan ini semakin banyak dan cepat.

Sebagai akibat semakin banyaknya lembaga pendidikan kursus bahasa Inggris tersebut maka semakin ketat pula persaingan antara para lembaga pendidikan, untuk itu setiap lembaga selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas jasa dan pelayanan kepada para konsumennya. Semua ini dilakukan untuk menarik minat konsumen sehingga konsumen terpengaruh untuk bergabung dan menjadi murid di lembaga pendidikan itu.

Salah satu diantara lembaga pendidikan bahasa Inggris yang ada di kota Palembang adalah Intensive English Course (IEC). Saat ini IEC telah memiliki 2 cabang di kota Palembang yang berada di:

1. Jalan Letkol Iskandar No. 16 Palembang ☎(0711) 358873.
2. Jalan R. Sukanto No.43 Simpang Patal Palembang ☎(0711) 824838.

Tujuan dari didirikannya lembaga pendidikan IEC ini adalah untuk melatih para peserta agar menguasai bahasa Inggris dengan baik dan fokus pada kemampuan mendengar dan berbicara dalam berbagai situasi baik formal maupun informal.

Untuk dapat menjaga dan meningkatkan kualitas jasa dan pelayanan pendidikan di IEC telah dilakukan suatu sistem yang mengacu pada teori *Total Quality Management (TQM)* yang telah memberikan arahan yang baik dalam menjaga dan meningkatkan kualitas jasa dan pelayanan pada IEC.

Saat ini Intensive English Course cabang Palembang menawarkan beberapa program pendidikan bahasa Inggris. Berikut ini program-program yang ditawarkan beserta keterangan lainnya:

Tabel 1.1 Program-Program Yang Ditawarkan Oleh IEC cabang Palembang

Frekuensi	Program	Biaya
Regular (2 X 1 minggu)	General English Course	
	Level 1 dan 2	Rp 60.000,00/bulan
	Level 3 dan 4	Rp 65.000,00/bulan
	Level 5 dan 6	Rp 75.000,00/bulan
	Level 7, 8 dan 9	Rp 80.000,00/bulan
Senin dan Kamis	Children Class	Rp 50.000,00/bulan
	TOEFL DAN TOEIC	Rp 140.000,00/bulan
Selasa dan Jumat	Business English Course (BEC)	
	English For Special Purposes (ESP)	
Rabu dan Sabtu	Special English Conversation 1	Rp 110.000,00/bulan
	Special English conversation 2	Rp 120.000,00/bulan
	Special English Conversation 3	Rp 130.000,00/bulan

Tabel 1.2

Waktu Belajar

Pagi	:	Pkl. 09.00 - 10.30 WIB
Siang	:	Pkl. 13.30 - 15.00 WIB
Sore	:	Pkl. 15.00 - 16.30 WIB
		Pkl. 16.30 - 18.00 WIB
Malam	:	Pkl. 18.45 - 20.15 WIB

Sebagai lembaga pendidikan yang menjual jasa kepada konsumen perlu diketahui apakah yang dimaksud dengan jasa (*service*) itu untuk itu telah didapat beberapa definisi dari beberapa ahli berikut ini:

1. Philip Kotler¹

Jasa adalah segala aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan dalam bentuk apapun.

2. Christoher Lovelock²

Jasa adalah aktivitas-aktivitas ekonomi yang menciptakan nilai dan menyediakan manfaat-manfaat kepada para konsumen pada waktu dan tempat yang spesifik sebagai hasil dari munculnya keinginan atau hasrat yang ada atau kepentingan dari penerima jasa tersebut.

Jadi pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau kontruksi yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti kenyamanan , hiburan , kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Selain itu jasa juga memiliki karakteristik yang membedakannya dengan barang yang ditawarkan kepada para konsumen. Ke-empat karakteristik itu adalah³:

¹ Philip Kotler & Gary Armstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia, Simon & Schuster (Asia), 1998, Hal 276

² Christopher Lovelock, Services Marketing: People, Technology, Strategy. Fourth Edition, Prentice Hall international, 2001 P 3

³ Philip Kotler & Garry Armstrong, Op Cit, Hal 277

1. Tak berwujud (*intangible*)

Jasa tidak dapat dilihat, didengar, dirasa, dikecap, atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli mencari “tanda” dari kualitas jasa. Mereka menyimpulkan melalui mengenai kualitas dari tempat, orang, harga, peralatan, dan materi komunikasi yang dapat mereka lihat. Untuk itu penyedia jasa adalah membuat jasa untuk menjadi berwujud dengan berbagai cara.

2. Tak terpisahkan (*inseparability*)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, hal ini menyebabkan jasa harus dijual dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa - konsumennya adalah sifat khusus dari pemasaran jasa. Baik penyedia jasa dan konsumennya mempengaruhi hasil jadi dari jasa tadi.

3. Keanekaragaman (*variability*)

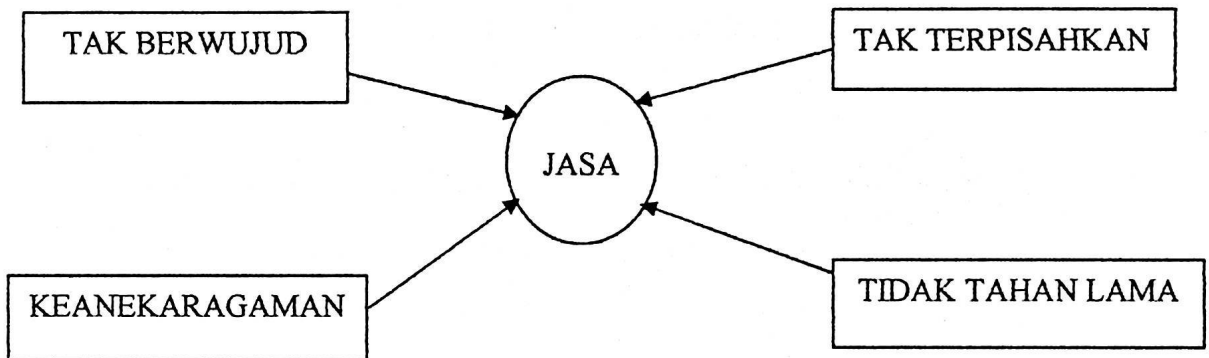
Kualitas dari jasa itu tergantung pada siapa yang menyediakan jasa termasuk waktu, tempat, dan bagaimana jasa itu disediakan. Menurut Boove, Houston, dan Thill keanekaragaman jasa tergantung dari beberapa faktor yaitu:

- Kenyamanan konsumen selama jasa itu dihasilkan.
- Moral atau motivasi karyawan dalam melayani konsumen.
- Beban kerja perusahaan.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau dipakai kemudian. Akan tetapi penyedia jasa akan menghadapi masalah yang pelik bila pada saat tertentu

permintaan atas jasa itu berfluktuatif. Misalnya pada saat menjelang hari raya Idul Fitri penyedia jasa transportasi akan mengalami peningkatan permintaan tetapi alat transportasinya tidak bertambah.



Gambar 1.1

4 KARAKTERISTIK JASA⁴

Produk jasa bagaimanapun juga tidak dapat disamakan satu sama lain, oleh karena itu, untuk memahami sektor jasa ada beberapa cara pengelompokan produk tersebut. Pertama berdasarkan tingkat kontak konsumen dengan pemberi jasa sebagai bagian dari sistem saat jasa dihasilkan. Kedua jasa juga dapat dikelompokkan berdasarkan kesamaannya dengan operasi manufaktur (Griffin, 1996).

Berdasarkan tingkat kontak konsumen, jasa dapat dikelompokkan lagi menjadi 2 bagian yaitu:

⁴ Philip Kotler & Garry Armstrong, Ibid, hal 228

1. *High-Contact System*, pada kelompok ini konsumen dalam menerima jasa harus menjadi bagian dari sistem. Hal ini dapat dilihat pada jasa seperti rumah sakit, pendidikan, dan transportasi.
2. *Low-Contact System*, pada kelompok ini konsumen tidak harus menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa. Hal ini dapat dilihat pada jasa seperti reparasi mobil dan jasa perbankan.

Cara lain untuk mengelompokkan jasa adalah dengan menggunakan kesamaannya dengan operasi manufaktur. Cara ini membagi menjadi 3 kelompok yaitu:

1. *Pure Service*, merupakan jasa yang tergolong *high contact* dengan tanpa persediaan, dengan kata lain sangat berbeda dengan manufaktur. Contoh dari jasa jenis ini adalah jasa tukang cukur dan ahli bedah.
2. *Quasimanufacturing service*, dalam banyak hal mirip dengan manufaktur, karena termasuk jasa yang *low contact* dan konsumen tidak harus menjadi bagian dari sistem dari proses produksi jasa. Contohnya adalah jasa perbankan, asuransi, dan kantor pos.
3. *Mixed service*, merupakan kelompok jasa dengan tingkat kontak menengah (*moderate contact*) yang menggabungkan beberapa fitur sifat *pure service* dan *quasimanufacturing service*. Termasuk jasa dalam kelompok ini adalah jasa bengkel, dry cleaning, dan pemadam kebakaran.

Selain itu diperlukan juga definisi dari kualitas dari organisasi penghasil produk atau jasa yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli sebagai berikut:

1. Sofyan Assauri⁵

Menurut Sofyan Assauri kualitas diartikan sebagai faktor-faktor yang terdapat dalam suatu produk atau jasa yang menyebabkan produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau jasa itu dimaksudkan atau dibutuhkan.

2. Joseph M. Juran⁶

Menurut Juran kualitas adalah kesesuaian untuk digunakan (*fitness to use*), yang mengandung pengertian bahwa suatu produk atau jasa harus dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh para konsumennya. Terdapat 5 dimensi utama dalam hal kesesuaian ini yaitu, kualitas desain, kualitas kesesuaian, ketersediaan, keamanan, dan *field use*.

3. Kaoru Ishikawa⁷

Menurut pendapat Kaoru Ishikawa dalam pengertian sempit kualitas diartikan sebagai kualitas produksi, tetapi dalam artian yang lebih luas, kualitas berarti kualitas kerja, kualitas pelayanan, kualitas informasi, kualitas proses, kualitas divisi, kualitas karyawan, kualitas sistem, kualitas perusahaan, kualitas tujuan dan sebagainya.

Dengan adanya beberapa definisi dari kualitas diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah suatu totalitas sifat-sifat dan karakteristik dari suatu produk

⁵ Sofyan Assauri, Manajemen Produksi dan Operasi, Jakarta, 1993, Hal 267

⁶ Fandy tjiptono & Anastasia Diana, Total Quality Management, Penerbit Andi, Yogyakarta , 2002, Hal 55

⁷ Kaoru Ishikawa, Penendalian Mutu Terpadu, PT remaja Rosdakarya, Bandung, 1992, Hal 51

atau jasa yang berhubungan dengan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dari konsumen

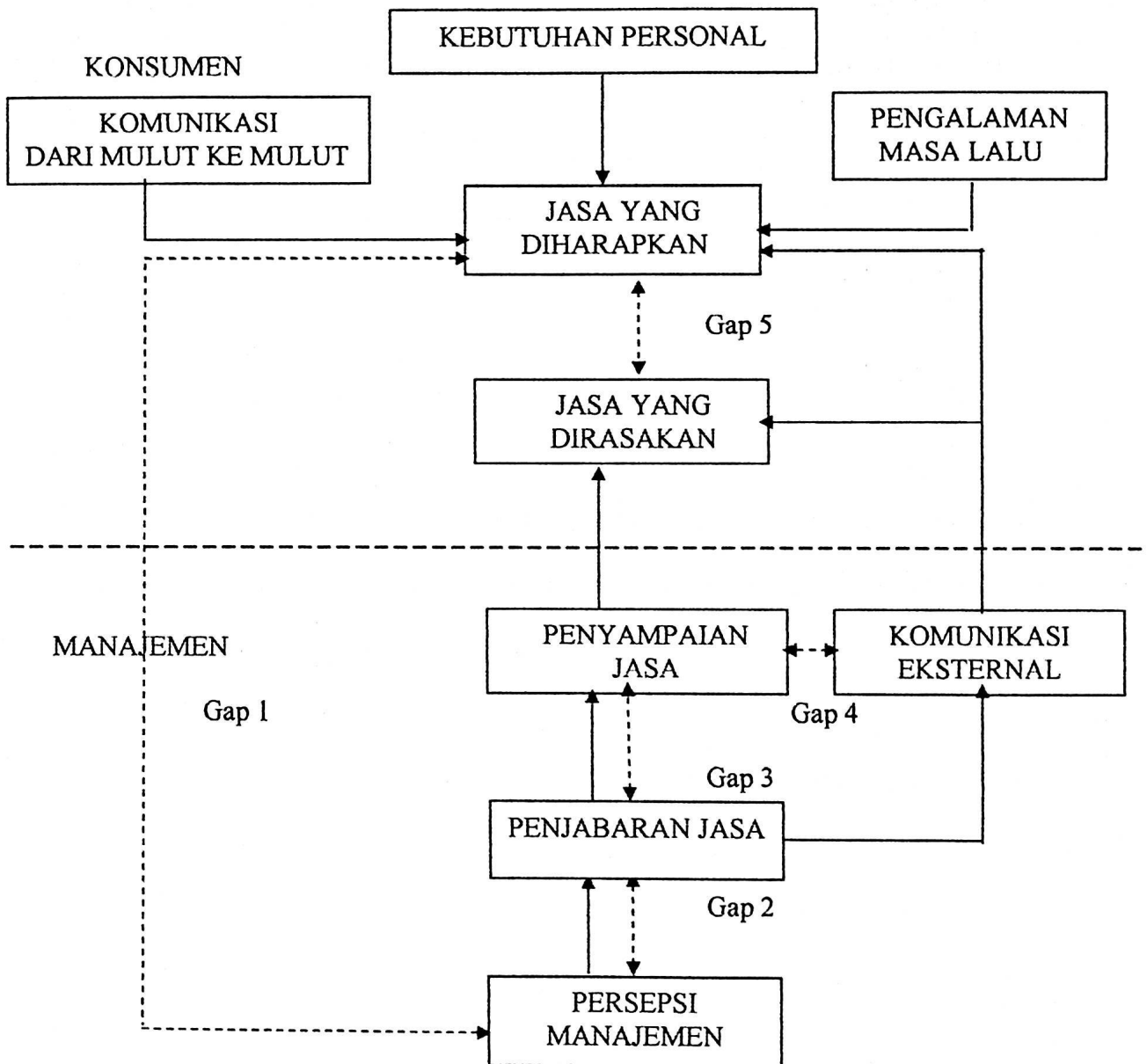
Dewasa ini unsur kualitas tidak bisa dilepaskan dari unsur pelayanan karena para pelanggan cenderung menginginkan adanya pelayanan yang terbaik dari perusahaan yang bersangkutan. Pada prinsipnya ada 3 kunci untuk memberikan pelayanan yang unggul, yaitu :

- a. Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- b. Pengembangan data base yang lebih akurat daripada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi persaingan).
- c. Pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam kerangka strategik.

Selain penghitungan biaya, kualitas juga dapat diukur melalui penelitian konsumen mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Penelitian konsumen tersebut menggunakan beberapa metode, misalnya menggunakan sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, maupun dengan survei konsumen.

Dimensi yang dapat digunakan beranekaragam, diantaranya adalah dimensi dari Pasaruman dan kawan-kawan untuk kualitas jasa.⁸ Contoh atribut yang dapat digunakan dalam pengukuran kualitas adalah sebagai berikut:

⁸ Pasaruman A, et All "A conceptual Model Service Quality and It's Implication for Further Research" Journal of Marketing, vol 49, 1985 P44



Gambar 1.2

MODEL KUALITAS JASA

Pada hakekatnya pengukuran kualitas suatu jasa atau produk hampir sama dengan pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu ditentukan oleh variabel harapan dan kinerja yang diharapkan (*perceive performance*). Model kualitas jasa yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry merumuskan syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Model ini mengidentifikasikan 5 gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa kepada konsumen. Ke-5 gap itu adalah sebagai berikut:

1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi dari manajemen. Pada gap ini manajemen tidak selalu dapat merasakan apa yang diinginkan oleh konsumen secara tepat.
2. Gap antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Mungkin manajemen mampu merasakan secara tepat apa yang diinginkan oleh para pelanggan, namun pihak manajemen tersebut tidak menyusun suatu standar kinerja tertentu.
3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Para karyawan didalam perusahaan mungkin kurang dilatih atau bekerja melampaui batas dan tidak dapat atau tidak mau mencapai standar yang telah ditentukan oleh perusahaan.
4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan-pernyataan yang dibuat oleh wakil atau iklan perusahaan. Kekeliruan dalam penyampaian komunikasi eksternal ini dapat menimbulkan distorsi terhadap harapan dari konsumen.

5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang didapatkan. Gap ini terjadi bila konsumen mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan dan salah dalam mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

Salah satu bentuk strategi yang dapat digunakan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan adalah strategi *superior customer service*, yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pesaing, dalam hal ini adalah lembaga pendidikan bahasa Inggris lain yang ada di kota Palembang. Hal ini tentunya membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior, sehingga dengan pelayanan yang terbaik perusahaan akan mendapatkan pelanggan yang loyal dengan jasa yang kita berikan.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk memilih judul: **“PENGENDALIAN KUALITAS PADA INTENSIVE ENGLISH COURSE CABANG PALEMBANG “**

I.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah:

- Bagaimana kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Intensive English Course cabang Palembang kepada para konsumennya.

I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

I.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah:

- Untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Intensive English Course cabang Palembang kepada para konsumennya..

I.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari diadakannya penelitian ini adalah:

1. Dapat mengetahui bagaimana kualitas pelayanan jasa pada Intensive English Course Cabang Palembang dalam memenuhi harapan konsumennya.
2. Dapat digunakan sebagai bahan penelitian dan pembelajaran lebih lanjut.

I.4 Kerangka Pemikiran

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Intensive English Course cabang Palembang kepada para konsumennya. Oleh karena itu kerangka konseptual pemikiran penelitian ini mengacu pada konsep pelayanan yaitu bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen.

Pada dasarnya kepuasan konsumen di dasari layanan yang baik dari perusahaan yang bersangkutan. Untuk mewujudkan layanan yang baik terlebih dahulu harus dimulai dari lingkungan internal perusahaan dalam hal ini adalah kualitas pelayanan internal. Kepuasan karyawan juga harus diperhatikan karena hal tersebut akan berpengaruh pada retensi karyawan dan produktivitas karyawan.

Kedua hal tersebut nantinya akan menghasilkan nilai-nilai pelayanan eksternal dengan kualitas/ biaya guna pelayanan yang baik bagi konsumen, yang dihasilkan dari perbaikan kualitas dan produktivitas. Dengan nilai atraktif (rasio

kualitas/ biaya) dan pelayanan yang dirancang dan diberikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen maka perusahaan akan dapat mewujudkan kepuasan konsumen.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Populasi dan Sampling

a. Populasi

Jumlah populasi lembaga pendidikan Bahasa Inggris dikota Palembang ada lebih dari 10 lembaga pendidikan Bahasa Inggris. Diantaranya adalah Intensive English Course, LB-LIA, Gloria, Global, Shailendra, LB-UNSRI, Budi Wijaya, TOP, English 21, dan BEC.

b. Sampling

Sebagai sample dari penelitian ini adalah Intensive English Course yang berada di jalan Letkol Iskandar No 16 Palembang, sehingga dalam pengambilan data yang diperlukan oleh penulis tidak terlalu sulit. Selain itu dalam hal biaya dalam penelitian ini relatif lebih murah sehingga pengambilan sample akan lebih memadai.

c. Responden

Responden yang diambil berjumlah 100 responden yang terdiri dari 75 murid IEC, 15 alumni dari IEC, dan 10 pengajar dan karyawan IEC. Pemilihan masing-masing nasabah ditentukan dengan cara *non probability sampling* dengan jenisnya *accidental sampling*. Penggunaan sampel tersebut memiliki pertimbangan-pertimbangan akan biaya, tenaga serta keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian.

1.5.2 Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan skripsi ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi pembahasan hanya pada bagaimana kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Intensive English Course cabang Palembang kepada para konsumennya.

1.5.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Intensive English Course cabang Palembang yang berada di Jalan Letkol Iskandar No. 16 ☎ (0711) 358873 Palembang.

1.5.4 Data dan sumber Data

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengambil data-data yang bersumber langsung dari Intensive English Course cabang Palembang dan data dari para murid, alumni, dan dari pengajar serta karyawan melalui pembagian kuesioner.

1.5.5 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan teknik, proses dan prosedur sebagai berikut:

a. Data Primer

Yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari obyek penelitian.

Adapun metode pengumpulan data yang dipakai adalah:

1. Survey yakni menggunakan teknik wawancara langsung dengan pihak yang berwenang untuk memperoleh fakta dan data yang diperlukan.

2. Pengamatan atau Observasi langsung di lokasi sebagai studi banding antara sumber data.
3. Penyebaran kuisioner (daftar pertanyaan) yaitu membuat daftar pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian, daftar tersebut diberikan kepada responden, agar responden dapat memberikan tanggapan atas pertanyaan yang ada.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, artikel-artikel dan majalah-majalah serta sumber lainnya. Dalam pengumpulan data ini, penulis menggunakan pendekatan sebagai berikut :

1. Pendekatan dokumentasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari sumber-sumber dokumen perusahaan yang diperlukan untuk membahas masalah yang berhubungan dengan objek penelitian dan judul skripsi.

2. Pendekatan Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data yang berasal dari buku-buku, artikel-artikel, majalah-majalah dan skripsi-skripsi yang berhubungan dengan objek penelitian dan judul skripsi.

I.6 Teknik Pembahasan

Metode yang akan digunakan dalam membahas penelitian adalah teori tentang kualitas yaitu:

Teori yang dikemukakan oleh Prof. Domingo, yang menyatakan kualitas atau mati⁹. Teori ini mengaitkan kualitas dengan biaya yang mahal, maksud dari teori ini adalah apabila seseorang menginginkan suatu barang atau jasa yang berkualitas baik maka ia harus siap untuk memberikan sesuatu yang lebih yaitu uang yang lebih banyak.

Selain itu juga beberapa prinsip-prinsip dari kualitas, yaitu sebagai berikut:¹⁰

- ❖ Orientasi kepada konsumen.
- ❖ Perbaikan yang terus-menerus.
- ❖ Pemberdayaan karyawan.
- ❖ Tersedianya waktu yang cukup.
- ❖ Penetapan pembandingan atau *benchmarking*.

Sebagai lembaga pendidikan bahasa Inggris Intensive English Course harus berorientasi pada konsumen karena dalam proses dalam pembelajaran sangat membutuhkan interaksi yang cukup *intens* antara pengajar dengan para murid-muridnya. Selain itu juga untuk tetap menjaga kualitas pelayanan jasa yang baik perbaikan dalam proses pembelajaran sangat diperlukan agar semua ilmu yang diberikan dapat langsung diterima dan diberi *response* yang positif dari para murid-muridnya.

Karyawan sebagai ujung tombak dari setiap organisasi dalam menjalankan operasi perusahaan sangat penting, oleh sebab itu perusahaan harus dapat

⁹ Ciptoo, Wahid Slamet, Drs, MBA, MPM, Manajemen Operasi, Prehalindo, Jakarta 1996

¹⁰ Barry render, Jay Heyzer, Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001, hal 10

memberikan motivasi kepada karyawannya agar mau memberikan yang terbaik dari semua kemampuan yang dimilikinya untuk dapat mencapai tujuan dari perusahaan.

Untuk menghitung jawaban persepsi siswa atas kualitas yang mereka terima penulis menggunakan rentang skala Numerik¹¹, yaitu :

$$R = \frac{M - N}{B}$$

R : Rentang Skala

M : Bobot nilai tertinggi

N : Bobot nilai terendah

B : Jumlah pilihan jawaban

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan skripsi ini terdiri dari lima bab yang masing-masing bab terbagi menjadi sub bab. Bab dan sub bab yang dimaksud adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dikemukakan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, kerangka pemikiran, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dipaparkan tinjauan teoritis yang melandasi penelitian mencakup pengertian, klasifikasi dan hal-hal lain yang diperlukan dan hasil penelitian yang terdahulu, jurnal dan tulisan ilmiah.

¹¹ B. Simamora, Panduan Riset dan Perilaku Konsumen, Pt Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2002, hal 130

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan dipaparkan sejarah singkat mengenai berdirinya Intensive English Course, struktur organisasi, jaringan cabang dan teknologi informasi dan informasi-informasi lainnya yang dapat memberikan gambaran yang jelas tentang Intensive English Course.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan memaparkan bagaimana pengendalian kualitas pada Intensive English course cabang Palembang dalam memberikan pelayanan jasa yang terbaik bagi para konsumennya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis mencoba mengambil kesimpulan yang penulis dapatkan dari hasil analisa serta saran-saran yang bermanfaat yang dapat menjadi masukan bagi lembaga pendidikan maupun penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka ini memuat referensi atau sumber-sumber teori untuk membantu dalam menganalisa dengan teratur pada skripsi yang penulis buat.

DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, Gary, Philip Kotler, Dasar-Dasar Pemasaran, Prentice Hall, New Jersey:

1996

Armstrong, Gary, Philip Kotler, Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Indonesia, Simon &

Schuster, Asia

Assaury, Sofyan, Manajemen Operasi dan Operasi, Lembaga Penerbit FE-UI, Jakarta:

1993

Bitter, Mari Jo, Zeithallm, Valentine A, Service Marketing (Integrating Consumer

Focus Across The Firm), Mc Graw Hill Int'l

Cipto, Wahid Selamat, MBA, MPM, Manajemen Produksi, Prehalindo, Jakarta: 1996

Davis, Stanley B, David, L Goetsch, Manajemen Mutu Total Edisi ke-Dua, Jilid 1,

Prehalindo, Jakarta: 2002

Diana, Anastasia, Fandi Tjiptono, Total Quality Management, Penerbit Andi,

Yogyakarta: 2002

Diana, Anastasia, Fandi Tjiptono, Total Quality Management Edisi Revisi, Penerbit

Andi, Yogyakarta: 2002

Gitosudarmo, Indriyo, Sistem Perencanaan dan Pengendalian Produksi, BPFE,

Yogyakarta: 2002

Hani, T Handoko, Drs, MBA, PhD, Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi

Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta: 1995

Hamaliah, Oemar, Prof, Drs, Proses Belajar dan Mengajar, PT Bumi Aksara, Jakarta:

2001

Heyzer, Jay, Barry Render, Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi, Penerbit Salemba

Empat, Jakarta: 2001

Ishikawa, Kaoru, Pengendalian Mutu Terpadu, PT Remaja Reksodaya, Bandung:

1992

Joesuf, Solaeman, Prof, Drs, Konsep-Konsep Dasar Pendidikan Luar Sekolah, Bumi

Aksara: 1992

Lovelock, Christopher, Services Marketing: People, Technology, and It's Implication

for Further Research, Journal of Marketing Volume 99: 1985

Reksohadiprodjo, Sutanto, Prof, Dr, M.Com, Manajemen Produksi dan Operasi Edisi

Pertama, BPFE, Yogyakarta: 1995

Simamora, B, Paduan Riset dan Perilaku Konsumen, PT Gramedia Pustaka Utama,

Jakarta: 2002

Suarno, Drs, Pengantar Umum Pendidikan, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta: 1996

Taylor, Gerard W, Robert S Russel, Operation Management Multimedia Version,

Prentice Hall Int'l Inc, New Jersey: 2002

Tunggal, Amin Wijaya, Manajemen Mutu Total: Suatu Pengantar, PT Rineka Cipta,

Jakarta: 1996