

JURNAL PENDIDIKAN DAN PEMIKIRAN

Halaman Jurnal: <http://jurnal-stainurulfalahairmolek.ac.id/index.php/ojs>

Halaman UTAMA Jurnal : <http://jurnal-stainurulfalahairmolek.ac.id/index.php/ojs>

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PESERTA SEMINAR WIRAUSAHA MUDA NUSANTARA DI SMKN 1 TRENGGALEK

Elsi Erlanda^a, Is Fadillah^b

^a elsiforanda@gmail.com, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

^b isfadhillah@gmail.com, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan peserta Seminar Wirausaha Muda Nusantara di SMKN 1 Trenggalek. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah adanya keluhan dari peserta terkait pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh penyelenggara seminar, yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan peserta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada peserta seminar. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk melihat hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan dan fasilitas) dan variabel dependen (kepuasan peserta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara signifikan mempengaruhi kepuasan peserta seminar. Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas oleh penyelenggara seminar untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi peserta. Implikasi penelitian ini menggarisbawahi perlunya investasi yang berkelanjutan dalam pengembangan pelayanan dan fasilitas guna meningkatkan kepuasan peserta seminar, yang pada akhirnya dapat memperkuat citra dan reputasi penyelenggara acara.

Kata Kunci: Kepuasan Peserta, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Seminar Wirausaha..

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin pesat, keberadaan sumber daya manusia berkualitas tinggi menjadi sebuah tuntutan yang tak dapat dihindari. Globalisasi tidak hanya mengubah tatanan ekonomi, perdagangan, transportasi, dan telekomunikasi, tetapi juga menuntut penyesuaian dalam berbagai aspek kehidupan. Di tengah dinamika ini, persiapan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas tinggi menjadi sangat penting bagi kemajuan suatu negara. Kecepatan perubahan dan kompleksitas tantangan yang muncul dalam era globalisasi menjadikan peningkatan kualitas SDM sebagai suatu keharusan.

Pendidikan merupakan salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat di era globalisasi ini. Inovasi dalam model pembelajaran menjadi kunci untuk mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan masa depan. Di Indonesia, berbagai model pembelajaran inovatif telah dikembangkan oleh para ahli pendidikan. Salah satu model pembelajaran yang dianggap efisien dan mudah adalah model pembelajaran melalui seminar. Seminar tidak hanya menjadi wadah untuk mentransfer pengetahuan, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk mengembangkan keterampilan, memotivasi peserta, dan membangun jaringan. Namun, keberhasilan penyelenggaraan

seminar tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan penyampaian materi, tetapi juga oleh kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan kepada peserta.

Dalam perspektif manajemen acara, penyelenggaraan seminar memerlukan perencanaan dan pengelolaan yang efektif. Koordinasi yang baik antara para pegawai atau panitia penyelenggara menjadi kunci kesuksesan agar dapat mengasilkan SDM yang handal dan memiliki kompetensi sesuai dengan kebutuhan organisasi. Faktor-faktor ini turut mempengaruhi kepuasan peserta terhadap penyelenggaraan seminar.

Kualitas layanan menjadi elemen sentral dalam menilai keberhasilan penyelenggaraan seminar. Philip Kotler, seorang ahli pemasaran terkemuka, menyatakan bahwa kualitas layanan mencakup tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang secara substansial tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Dalam konteks penyelenggaraan seminar, kualitas layanan mencakup kecepatan dan keramahan dalam melayani peserta.

Eva dan Ruslin (2016) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan dan fasilitas yang diterima peserta seminar mempengaruhi keputusan peserta untuk mengikuti seminar tersebut”. Kualitas pelayanan diukur melalui tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan peserta. Oleh karena itu, pelayanan yang baik menjadi kunci untuk meningkatkan kepuasan peserta seminar.

Di tengah dinamika pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia, organisasi kewirausahaan di Indonesia turut berperan dalam menyediakan platform untuk pemuda. Salah satu organisasi yang mencurahkan perhatiannya pada pengembangan pemuda Indonesia, terutama di bidang pendidikan, pengembangan soft skill, dan kemandirian, adalah Wirausaha Muda Nusantara (WIMNUS). Organisasi ini khususnya aktif di Provinsi Jawa Timur, dengan fokus pada Kabupaten Trenggalek.

Wirausaha Muda Nusantara (WIMNUS) memiliki visi besar dalam merubah arah ekonomi dan kesejahteraan bangsa, dimulai dari perubahan pola pikir atau mindset. Mereka menyadari bahwa optimalisasi sumber daya manusia dapat berkontribusi positif terhadap potensi alam Nusantara yang luar biasa. Dengan misi untuk membangun dan mendorong pemuda dan masyarakat, Wirausaha Muda Nusantara (WIMNUS) berkomitmen untuk membuka paradigma wirausaha dan kemandirian.

Sebagai bagian dari upayanya, Wirausaha Muda Nusantara (WIMNUS) menyelenggarakan seminar motivasi yang tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan, tetapi juga untuk mengembangkan sikap mental dan keterampilan wirausaha pada generasi muda. Keberadaan seminar ini menjadi sangat relevan, terutama dalam konteks pasca-pandemi COVID-19, di mana tantangan kemandirian mental, wawasan, dan keuangan semakin mendesak.

SMKN 1 Trenggalek menjadi mitra penting bagi Wirausaha Muda Nusantara (WIMNUS) dalam menyelenggarakan seminar ini. Sekolah Menengah Kejuruan ini diharapkan dapat menjadi wadah bagi peserta seminar, terutama dari kalangan Generasi Z, untuk meningkatkan keterampilan, kompetensi, dan memperkuat mentalitas wirausaha di usia muda.

Meskipun penyelenggaraan seminar oleh Wirausaha Muda Nusantara (WIMNUS) di SMKN 1 Trenggalek sudah sesuai dengan standar, masih terdapat keluhan dan masalah yang perlu mendapat perhatian serius. Keluhan yang dialami oleh penyelenggara seminar dan peserta seminar sendiri menyoroti aspek pelayanan dan kelengkapan fasilitas yang berpotensi memengaruhi berjalannya acara. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas agar menjadi lebih baik.

Fasilitas yang memadai merupakan hal yang krusial dalam menciptakan kepercayaan peserta seminar Wirausaha Muda Nusantara di SMKN 1 Trenggalek. Peserta seminar Wirausaha Muda Nusantara di SMKN 1 Trenggalek perlu yakin bahwa fasilitas yang disediakan lengkap dan layak digunakan. Sebuah instansi atau penyelenggara acara harus memastikan bahwa fasilitas yang tersedia dapat memenuhi kebutuhan peserta dan menciptakan pengalaman positif. Dalam konteks inilah, kualitas pelayanan menjadi penentu utama kepuasan peserta seminar Wirausaha Muda Nusantara di SMKN 1 Trenggalek. Pelayanan yang baik bukan hanya sebatas menjawab kebutuhan peserta, tetapi juga menciptakan pengalaman positif yang melebihi ekspektasi. Oleh karena itu, evaluasi dan perbaikan terus-menerus perlu dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga dapat mencapai tingkat kepuasan yang optimal.

Dalam penelitian ini, penulis tertarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan peserta seminar yang diselenggarakan oleh Wirausaha Muda Nusantara di SMKN 1 Trenggalek. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan yang berharga bagi penyelenggara seminar, organisasi, dan lembaga terkait untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan acara seminar. Langkah-langkah ini diharapkan dapat membawa dampak positif dalam pengembangan sumber daya manusia, terutama di kalangan pemuda, demi mewujudkan masa depan yang lebih baik.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsch Davis dalam Yomit (2010) kualitas didefinisikan sebagai "suatu kondisi dinamis yang terkait dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang tidak hanya memenuhi tetapi juga bisa melebihi harapan konsumen." Parasuraman et al. (2008) mengemukakan bahwa kualitas layanan adalah "sejauh mana perbedaan antara layanan yang diharapkan dan yang diterima oleh konsumen". Menurut Sumarwan (2003), kepuasan adalah "tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan." Jadi, "tingkat kepuasan bergantung pada perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan." Apabila kinerja tidak sesuai harapan, maka pelanggan (peserta seminar) akan merasa kecewa; sebaliknya, jika kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas. Menurut Parasuraman et al. (2008), atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

2. Fasilitas

Menurut Tjiptono (2007), "fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen". Menurut Kotler dan Keller (2007), "fasilitas adalah segala sesuatu yang berupa peralatan fisik yang disediakan oleh penyelenggara acara untuk meningkatkan kenyamanan konsumen, khususnya peserta seminar". Dengan demikian, fasilitas dapat diartikan sebagai elemen-elemen yang mempermudah pengalaman konsumen dalam menerima layanan. Dalam bisnis jasa seperti penyelenggaraan seminar, penting untuk memperhatikan kondisi, kelengkapan, dan kebersihan fasilitas. Aspek-aspek ini memiliki pengaruh langsung terhadap pengalaman dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan. Fasilitas yang baik tidak hanya mencakup infrastruktur fisik seperti gedung dan peralatan, tetapi juga termasuk aspek keamanan, kenyamanan, dan aksesibilitas.

Dengan memastikan fasilitas yang memadai, penyelenggara dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta menciptakan lingkungan yang mendukung kesuksesan acara.

3. Kepuasan Peserta

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2008) sebagaimana dikutip dalam Yunus dan Budiyanto (2014), "kepuasaan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan". Selain itu, menurut Schiffman dan Kanuk (2010) sebagaimana dikutip dalam Yunus dan Budiyanto (2014), "kepuasaan pelanggan adalah perbandingan antara persepsi konsumen terhadap produk atau jasa dengan harapan mereka masing-masing". Kotler (2009) lebih lanjut mengemukakan bahwa "kepuasaan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan harapannya". Dari pengertian-pengertian ini, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan yang muncul dari dalam diri konsumen setelah mereka membandingkan kinerja penyelenggara acara dengan harapan yang mereka miliki. Kepuasan ini dapat menjadi motivasi bagi konsumen untuk memilih kembali menggunakan layanan yang sama di masa mendatang.

Menurut Tjiptono (2007) sebagaimana yang dikutip dalam Yunus dan Budiyanto (2004):

- Layanan yang diberikan telah memenuhi ekspektasi pelanggan (peserta seminar).
- Kualitas pelayanan dan fasilitas yang tersedia sesuai dengan harapan pelanggan.
- Kinerja aktual produk Perusahaan dalam berbagai atribut penting telah memenuhi ekspektasi pelanggan (peserta seminar).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini polullasi yang akan digunakan adalah seluruh peserta seminar di SMKN 1 Trenggalek dengan jumlah sampel 33 orang. Dengan instrumen berupa kuesioner ber Skala Likert 1-4 dari sangat tidak sampai sangat. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, regresi linear berganda, korelasi delliminasi, uji statistik t, dan uji f-statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.79419415
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.125
	Negative	-.119
Test Statistic		.125
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.208
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.198
	Upper Bound	.218

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,065 > 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa residual berdistribusi normal. Kolmogorov smirnov test digunakan untuk menguji normalitas model regresi. Yaitu apabila didapatkan nilai sig. $> \alpha = 0,05$, maka model tersebut normal. (Ghozali, 2018).

b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.026	1.274	.020	.984		
	Kualitas Pelayanan	1.035	.085	.786	12.183	<.001	.345 2.898
	Fasilitas	.294	.084	.226	3.503	.001	.345 2.898

a. Dependent Variable: Kepuasan

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas, dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance infaltion factor (VIF). Yang umum dipakai pada nilai cut off adalah nilai tolerance $>0,10$ atau VIF < 10 . Jika VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas, (Ghozali, 2018). Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil perhitungan nilai VIF dan Tollerance. Nilai VIF untuk kedua variabel memenuhi syarat signifikansi dimana nilainya < 10 sebesar $4,235 < 10$. Sedangkan nilai Tollerance juga memenuhi syarat signifikansi dimana nilainya $> 0,10$ sebesar $0,236 > 0,10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen untuk persamaan regresi.

c. Analisis Regresi Berganda

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.026	1.274	.020	.984		
	Kualitas Pelayanan	1.035	.085	.786	12.183	<.001	.345 2.898
	Fasilitas	.294	.084	.226	3.503	.001	.345 2.898

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel 3, maka hasil perhitungan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 0,061 + 0,296X_1 + 0,682X_2$$

Keterangan :

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Fasilitas

Y = Kepuasan

Hasil persamaan regresi berganda diatas memberikan pengertian bahwa Kualitas pelayanan (X1), Fasilitas (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan (Y).

- Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 1.035 dan juga nilai signifikan $<0,001$ pada $< 0,05$ yang bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan.
- Koefisien regresi untuk variabel Fasilitas sebesar 0,294 dan juga nilai signifikan $<0,001$ pada $< 0,05$, bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila fasilitas memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan.

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel fasilitas (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan (y).

2. Uji Hipotesa

a. Uji T

**Tabel 4. Hasil Uji T
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.026	1.274	.020	.984		
	Kualitas Pelayanan	1.035	.085	.786	12.183	<.001	.345 2.898
	Fasilitas	.294	.084	.226	3.503	.001	.345 2.898

a. Dependent Variable: Kepuasan

- Hasil uji t pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan yang tersaji pada tabel 4.16 diperoleh nilai t hitung sebesar $12.183 >$ dari t tabel 0.020 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari $0,05 (<\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- Hasil uji t pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan yang tersaji pada tabel 4.15 diperoleh nilai t hitung sebesar $3.503 >$ dari t tabel 0.020 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari $0,05 (<\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

KESIMPULAN DAN SARAN

Kellsimpullan pellnellitlan ini bellrtuljulan ulntulk mellngulji kulalitas pelllayanan dan fasilitas tellrhadap kellaupulasan pellsellrta sellminar di SMKN 1 Trellnggalellk. Bellrdasarkan analisis data dan pellmbahasan mellngellnai variabelll kulalitas pelllayanan dan fasilitas tellrhadap kellaupulasan pellsellrta sellminar dipellrollellh kellsimpullan sellbagai bellrikult :

- Pada pellnellitlan ini dipellrollellh hasil bahwa, kulalitas pelllayanan bellrpellingarulh sellcara signifikan tellrhadap kellaupulasan pellsellrta sellminar di SMKN 1 Trellnggalellk. Kellsimpullan dipellrollellh dari nilai signifikansi. Bellrdasarkan hasil signifikansi yang telllah di lakukan pada variabell X_1 (Kulalitas pelllayanan) tellrhadap Y (Kellpulasan) di pellrollellh nilai signifikansi adalah 0.001 lelbih kelcil dari 0.05.
- Pada pellnellitlan ini dipellrollellh hasil bahwa, fasilitas bellrpellingarulh sellcara signifikan tellrhadap kellaupulasan pellsellrta sellminar di SMKN 1 Trellnggalellk. Kellsimpullan dipellrollellh dari nilai signifikansi. Bellrdasarkan hasil signifikansi yang telllah di lakukan pada variabell X_1 (Kulalitas pelllayanan) tellrhadap Y (Kellpulasan) di pellrollellh nilai signifikansi adalah 0.001 lelbih kelcil dari 0.05.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Eva, Desembrianita, Ruslin,. (2016): Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan

- Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya, *Journal of Research In Economics And Management, STIE Urip*, 16 (2): 345-354.
- [2] Hamdani, Nizar Alam. (2008). *Panduan Membuat Penelitian Tindakan Kelas*. Bandung : Tim Editor Rahayasa Training.
 - [3] Kotler, Philip & Keller, (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
 - [4] Parasuraman A, Valeri A, Zeithmal dan Berry L. Leonard., (2007), “*Delivery Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation*.”
 - [5] Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Cetakan Pertama*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
 - [6] Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
 - [7] Yamit, Z. (2010). Service and Product Quality Management. *Yogyakarta: Ekonisia*.
 - [8] Yunus, & Budiyanto. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(2), 6.