

PENGUKURAN KEPUASAN PENGGUNA LULUSAN PROGRAM STUDI KOMPUTERISASI AKUNTANSI BAGI INDUSTRI

Sugiarti, Susena, Budhi Adhiani, Ch., Sri Murtini, Rani Raharjanti

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang

Jl Prof Sudharto SH Tembalang Semarang

Budhi_ac@yahoo.com

Abstract: *This study aims to measure the level of user satisfaction of graduates of the Computerized Accounting Study Program, Department of Accounting, Semarang State Polytechnic and identify the quality attributes of graduates that need to be improved to increase graduate user satisfaction. The sample was taken as many as 20 industrial users who graduated with purposive sampling technique. The data collection method applied is a questionnaire. The data that has been collected was analyzed with the help of SPSS 26 software for Windows, then processed using the Importance Performance Analysis (IPA) model. The results of the IPA analysis on the Cartesian diagram of the 8 variables namely Reliability, Responsiveness, Confidence, Attention, Tangible, Benefit, Ease and Security indicate that the performance of the graduates of the Computerized Accounting Study Program has met expectations. However, the Computerized Accounting Study Program must always be updated on the development of science and technology so that links and matches are always created.*

Keywords: *Measurement of Satisfaction, Graduate Users, Computerized Study Program*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna lulusan Program Studi Komputerisasi Akuntansi Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Semarang dan mengidentifikasi atribut-atribut kualitas lulusan yang perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pengguna lulusan. Sampel diambil sebanyak 20 industri pengguna lulusan dengan teknik sampling *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah angket. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan bantuan software SPSS 26 for Windows, kemudian diolah dengan model *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil Analisis IPA pada diagram Kartesius dari ke 8 variabel yaitu Keandalan, Keresponsifan, Keyakinan, Perhatian, Berwujud, Manfaat, Kemudahan dan Keamanan menunjukkan, bahwa kinerja dari lulusan Program Studi Komputerisasi Akuntansi sudah memenuhi harapan. Namun demikian Program Studi Komputerisasi Akuntansi harus selalu *update* atas perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi agar senantiasa tercipta *link and match*.

Kata kunci : *Pengukuran Kepuasan, Pengguna Lulusan, Program Studi Komputerisasi Akuntansi*

PENDAHULUAN

Politeknik sebagai pendidikan vokasi merupakan pendidikan tinggi yang menunjang penguasaan keahlian terapan. Kuliah pada jenjang dengan gelar Diploma ini membekali dengan keahlian terapan atau keterampilan teknis yang diperlukan pada bidang pekerjaan tertentu. Program Studi Komputerisasi Akuntansi adalah salah satu program studi yang ada di lembaga pendidikan tinggi Politeknik Negeri Semarang Jurusan Akuntansi. Sesuai dengan namanya komputerisasi akuntansi menghubungkan komputer dan

akuntansi merupakan bidang ilmu yang sangat dibutuhkan di dunia industri.

Kebutuhan akuntansi dalam dunia kerja saat ini sangat dibutuhkan terlebih dalam menghadapi era globalisasi. Akuntansi sebagai bahasa bisnis, sangat membantu dalam dunia kerja dalam mengukur, mengkomunikasikan dan menginterpretasikan informasi aktivitas keuangan. (Trisna, 2009 dalam Muhammad Rizal Satria, 2017) menyatakan bahwa pendidikan akuntansi di perguruan tinggi saat ini dituntut untuk tidak hanya menghasilkan lulusan yang menguasai kemampuan dibidang akademis saja, tetapi

juga mempunyai kemampuan yang bersifat teknis analisis dalam bidang *humanistic skill* dan *profesional skill* sehingga mempunyai nilai tambah dalam bersaing di dunia kerja. Hal ini selaras dengan dimensi kompetensi yaitu pengetahuan, *skill/keterampilan* dan *attitude*. (Modul Pelatihan Asesor Kompetensi BNSP)

Profil Pekerjaan dari Program Studi Komputerisasi Akuntansi adalah Analis sistem informasi akuntansi (*information system analyst*), internal auditor (*intern auditor*), analis sistem informasi berbasis *e-commerce* (*e-commerce based information system analyst*), junior konsultan sistem informasi (*information system junior consultant*), supervisor *electronic data processing* bidang akuntansi (*electronic-accounting processing data supervisor*), database administrator (*database administrator*).

Dilihat dari profil pekerjaan lulusan Program Studi Komputerisasi Akuntansi nampaknya telah memiliki bekal sesuai dengan kompetensi yang dibutuhkan pada dunia industri. Namun perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang diterapkan di dunia industri apakah telah diterapkan pula pada muatan kurikulum untuk memenuhi kompetensi sesuai dengan profil lulusan tersebut. Sebagai contoh mata kuliah tertentu untuk mendapatkan kompetensi tertentu sangat dibutuhkan di dunia industri, namun perkembangan teknologi yang demikian pesat teknologi yang diterapkan di dunia pendidikan dan di dunia industri bisa saja berbeda. Hal ini yang menjadi dasar dilakukannya penelitian untuk mengetahui kesenjangan yang ada. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan penelitian tentang pengukuran kepuasan pengguna lulusan Program Studi Komputerisasi Akuntansi bagi industri pengguna lulusan tersebut.

Pendidikan vokasi merupakan model pendidikan yang mengusung keunggulan berupa 70% praktek dan 30% teori dengan harapan dapat menjadi salah satu jawaban dalam permasalahan penyiapan lulusan perguruan tinggi dengan keahlian terapan yang dibutuhkan oleh pasar tenaga kerja. Slogan *link and match* yang digelorakan sejak era Mendikbud Prof. Dr. Ing. Wardiman Djojonegoro kembali muncul ke permukaan beberapa tahun

terakhir ini seiring dengan berkembangnya pendidikan vokasi. Pada saat ini banyak pendidikan vokasi di Indonesia baik pada level menengah maupun pendidikan tinggi yang menggunakan sistem pemodelan dan didukung oleh industri. Model pendidikan yang menggunakan asosiasi antara pendidikan dan dunia industri ini menghasilkan lulusan yang lebih siap diterima oleh industri. Namun, pada kenyataannya masih tetap harus diadakan proses seleksi karena jumlah yang dapat diterima oleh dunia industri tidak sebanyak yang dihasilkan oleh dunia pendidikan. Akibatnya, pendidikan vokasi tetap masih menyumbang jumlah pengangguran yang tinggi di Indonesia. (Cahaya Fajar Budi Hartanto, Rusdarti, Abdurrahman, 2019)

Program Studi Komputerisasi Akuntansi adalah salah satu program studi di Jurusan Akuntansi dari pendidikan vokasi Politeknik Negeri Semarang. Lulusan program studi ini memperoleh ijazah kelulusan dengan gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) Komputerisasi Akuntansi. Program ini memiliki kompetensi pada kemampuan manajerial di bidang akuntansi, komputerisasi akuntansi, desain dan kontrol sistem, sistem informasi manajemen perusahaan serta berwawasan kewirausahaan.

Profil Pekerjaan dari Program Studi Komputerisasi Akuntansi diantaranya sebagai; Analis sistem informasi akuntansi (*information system analyst*), internal auditor (*intern auditor*), analis sistem informasi berbasis *e-commerce* (*e-commerce based information system analyst*), junior konsultan sistem informasi (*information system junior consultant*), supervisor *electronic data processing* bidang akuntansi (*electronic-accounting processing data supervisor*), database administrator (*database administrator*).

Kepuasan Pengguna Lulusan sebagai Konsumen Pendidikan Sistem pendidikan dapat dilihat sebagai sebuah sistem transformasi dengan input, proses dan output (Sahney, et. al., 2004 dalam Nelfiyanti, Leola Dewiyani). Dalam dunia pendidikan terdapat pelbagai pengertian mengenai kualitas. Termasuk di dalamnya kualitas input yaitu pelajar, staf pendukung dan infrastruktur; kualitas proses yaitu proses pembelajaran dan aktivitas belajar

mengajar; dan kualitas output adalah alumni yang kompeten dan cemerlang masa depannya (Sahney, et. al., 2004 dalam Nelfiyanti, Leola Dewiyani). Pengguna lulusan adalah pihak eksternal yang merupakan konsumen bagi output sebuah institusi pendidikan. Pihak-pihak eksternal ini bisa berupa institusi Pemerintah, swasta maupun perorangan. Pengguna lulusan, baik perorangan maupun institusi akan menilai kinerja lulusan universitas sebagai karyawannya. Pengertian kinerja adalah hasil dari prestasi kerja yang telah dicapai.

Kualitas jasa (*service quality*) menurut Tjiptono dan Chandra (2016:125) adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna produk serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pengguna. Selanjutnya Parasuraman, et al., (1985) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:125) menyatakan terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan (*perceived service*). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas jasa akan dipersepsikan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal dan sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibanding *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Jawa penggunaan *e-money* juga dapat diukur sejauh mana kualitas jasa yang ditawarkan *e-money* tersebut dalam pembayaran transaksi jual beli..

Terdapat lima determinasi kualitas jasa menurut Philip Kotler 1994:561 dalam Supranto (2011:231) yaitu:

1. Keandalan (*Reliability*)
Kemampuan untuk merealisasikan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dalam hal ini kemampuan lulusan sesuai dengan kebutuhan industri.
2. Keresponsifan (*Responsiveness*)
Kemauan untuk membantu pengguna/industri dan memberikan respon dengan cepat dan tanggap dalam melaksanakan tugas sehari-hari.
3. Keyakinan (*Confidence*)
Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau assurance. Dengan kata

lain lulusan harus mempunyai pengetahuan dan kesopanan dalam bekerja.

4. Empati (*Empathy*)
Adalah kepedulian lulusan dalam memberi perhatian pribadi bagi industri pengguna lulusan.
5. Berwujud (*Tangible*)
Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi. Dalam hal ini penampilan fisik lulusan serta pengurusan berkaitan dengan pekerjaan yang dilakukan.

Ekspektasi Pengguna Lulusan

Pengertian harapan pengguna menurut Olson dan Dover di dalam Tjiptono dan Chandra (2016: 126) yaitu “harapan atau ekspektasi pengguna merupakan keyakinan pengguna sebelum mencoba atau [membeli](#) satu produk yang dijadikan standar atau acuan menilai kinerja produk tersebut”. Parasuraman, et al. (1988) merumuskan harapan atau ekspektasi sebagai “hasrat atau keinginan konsumen, yaitu apa yang mereka rasakan harus (dan bukan bakal) ditawarkan penyedia jasa”.

Dalam konteks kualitas produk (termasuk lulusan) dan kepuasan pengguna, telah dicapai konsensus bahwa harapan pengguna memainkan peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kepuasan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi harapan pengguna menurut Zeithaml, et al. (1993) dalam Tjiptono dan Chandra (2016 : 130) yaitu

1. *Enduring Service Intensifiers*
Faktor ini merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong pengguna untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa (lulusan). Seorang pengguna akan mengharapkan bahwa ia juga seharusnya dilayani dengan baik apabila pengguna lainnya dilayani dengan baik oleh penyedia jasa jasa.
2. *Personal Needs*
Kebutuhan yang dianggap seseorang mendasar untuk kesejahteraannya juga akan dianggap sebagai penentuan harapannya. Kebutuhan ini meliputi kebutuhan fisik, sosial dan psikologis.
3. *Perceived Service Alternatives*
Faktor ini merupakan persepsi pengguna terhadap tingkat atau derajat jasa perusahaan lain yang sejenis. Jika pengguna memiliki beberapa alternatif,

maka harapannya terhadap suatu jasa cenderung akan semakin besar.

4. *Transitory Service Intensifier*

Faktor yang merupakan faktor individu yang bersifat sementara atau jangka pendek yang meningkatkan sensitivitas pengguna terhadap jasa. Berikut faktornya

- Pada situasi darurat saat pengguna membutuhkan jasa dan menginginkan perusahaan untuk membantunya. Sebagai contoh saat kita mengalami kecelakaan lalu lintas, dan kita menginginkan asuransi mobil untuk membantu kita dalam memperbaiki kerusakan yang dialami oleh mobil kita.
- Jasa terakhir yang diterima atau dikonsumsi oleh pengguna dapat menjadi patokan baik buruknya jasa yang akan diterima berikutnya.

5. *Self-Perceived Service Rules*

Faktor ini adalah persepsi pengguna tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya. Apabila pengguna terlibat dalam penyampaian proses jasa dan jasa yang ternyata tidak begitu baik, maka pengguna tidak bisa menimpakan kesalahan sepenuhnya kepada penyedia jasa. Oleh karena itu persepsi tentang derajat keterlibatannya ini akan mempengaruhi tingkat jasa yang bersedia diterimanya.

6. *Situational Factors*

Faktor situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, yang berada diluar kendali penyedia jasa. Misalnya: pada awal bulan biasanya suatu bank ramai dipenuhi para nasabah dan ini akan menyebabkan seorang nasabah menjadi relatif sabar menunggu. Untuk sementara nasabah tersebut akan menurunkan tingkat jasa minimal yang bersedia diterimanya karena keadaan itu bukanlah kesalahan penyedia jasa.

7. *Explicit Service Promises*

Faktor ini merupakan janji atau pernyataan (personal ataupun non-personal) dari perusahaan terhadap konsumen. Ini bisa dalam bentuk iklan, personal selling, perjanjian, atau komunikasi dengan karyawan perusahaan tersebut.

8. *Implicit Service Promises*

Faktor ini menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan jasa, yang memberikan kesimpulan kepada pengguna tentang jasa yang bagaimana seharusnya dan yang akan diberikan. Petunjuk yang memberikan gambaran jasa ini meliputi harga dan alat-alat pendukung jasanya.

9. *Worth of Mouth* (Rekomendasi atau saran dari orang lain)

Merupakan pendapat yang dikemukakan baik personal maupun non-personal yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi atau perusahaan kepada pengguna. Biasanya faktor ini lebih mudah diterima karena orang yang menyampaikannya adalah orang yang dapat dipercayai seperti para ahli, teman, tetangga, dan saudara. Disamping itu faktor ini cepat diterima karena para pengguna jasa kesulitan mengevaluasi barang atau jasa yang belum pernah digunakannya

10. *Past Experience*

Pengalaman masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pengguna dan pernah diterimanya di masa lalu. Harapan pengguna ini dari waktu-waktu berkembang, seiring dengan semakin banyak informasi yang diterima pengguna serta semakin bertambahnya pengalaman pengguna.

Kepuasan Pengguna Lulusan

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler 2006). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang

Menurut Westbrook dan Reily dalam Tjiptono dan Chandra (2016:207) kepuasan pengguna adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu

yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual. Lebih singkatnya menurut Cadotte, et al (1987) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:207) kepuasan pengguna adalah perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakai produk atau jasa.

Ini berarti kualitas produk dan jasa, kepuasan pengguna dan profitabilitas perusahaan berhubungan erat. Semakin tinggi tingkat kualitas jasa maka pengguna akan semakin puas. Menurut Irawan (2009:130) salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna adalah kualitas jasa dan produk. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2017) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas jasa dengan kepuasan pengguna. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu cara meningkatkan kepuasan pengguna adalah dengan meningkatkan pula kualitas jasa.

Menurut Kotler, et al., 2013) yang dikutip oleh Tjiptono (2016:219) ada empat metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan penggunaannya dan pengguna pesaing, antara lain:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pengguna wajib untuk menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pengguna untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Informasi yang didapatkan dari metode ini dapat menjadi masukan yang berharga bagi perusahaan sehingga memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam mengatasi masalah yang timbul. Berdasarkan karakteristiknya metode ini pasif, sehingga sulit untuk mendapatkan gambaran secara lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pengguna. Tidak semua pengguna yang

tidak puas mau menyampaikan keluhannya. Sangat mungkin bagi mereka untuk langsung tidak mau membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut lagi.

2. *Ghost / Mystery Shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pengguna adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pengguna potensial produk perusahaan dan produk perusahaan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Berdasarkan pengalaman tersebut, kemudian diminta untuk melaporkan temuan mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk/jasa perusahaan maupun produk/jasa perusahaan para pesaing.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pengguna yang telah berhenti membeli produk atau telah pindah pemasok, agar dapat memahami mengapa pengguna tersebut berpindah ke tempat lain dan dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Kesulitan dari metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengontak mantan pengguna yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

4. Survei Kepuasan Pengguna

Sebagian besar riset kepuasan pengguna dilakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon, *email*, *website*, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pengguna dan juga memberikan kesan positif terhadap para penggunaannya bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka

Kerangka Pemikiran

Pengukuran kepuasan pengguna Lulusan dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut :



Hasil analisis digambarkan dalam matrik IPA (Supranto, 2011) dengan menggunakan diagram kartesius, yang terbagi dalam 4 kuadran di dalamnya, yaitu Prioritas

Utama, Pertahankan Prestasi, Prioritas rendah, dan Berlebihan seperti gambar dibawah ini



Sumber: <https://qmc.binus.ac.id/2014/09/28/g-a-p-a-n-a-l-y-s-i-s/>

Keterangan diagram :

1. Kuadran I (Prioritas Utama), artinya faktor-faktor atau atribut yang berada pada kuadran ini adalah penting dalam mempengaruhi kepentingan pengguna dan perlu ditingkatkan karena belum sesuai dengan harapan pengguna.
2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi), artinya faktor-faktor atau atribut yang berada pada kuadran ini dianggap penting dan telah berhasil memuaskan pengguna, sehingga harus dipertahankan.
3. Kuadran III (Prioritas Rendah), artinya faktor-faktor atau atribut yang berada pada kuadran ini netral atau kurang penting pengaruhnya bagi pengguna, sehingga pelaksanaannya oleh

perusahaan biasa-biasa saja dan bukan prioritas utama perbaikan.

4. Kuadran IV (Berlebihan), artinya faktor-faktor yang berada pada kuadran ini kurang penting, namun pelaksanaannya terlalu berlebihan, sehingga perlu dikurangi.

METODE

Variabel Kualitas Lulusan diantaranya; Keandalan (*Reliability*), Keresponsifan (*responsiveness*), Keyakinan (*Confidence*), Empati (*Empathy*), Berwujud (*Tangible*), Manfaat (*Usefulness*), Kemudahan (*Easy of Use*), Keamanan dan Resiko (*Safety and Risk*)

Variabel Kepuasan Pengguna Lulusan

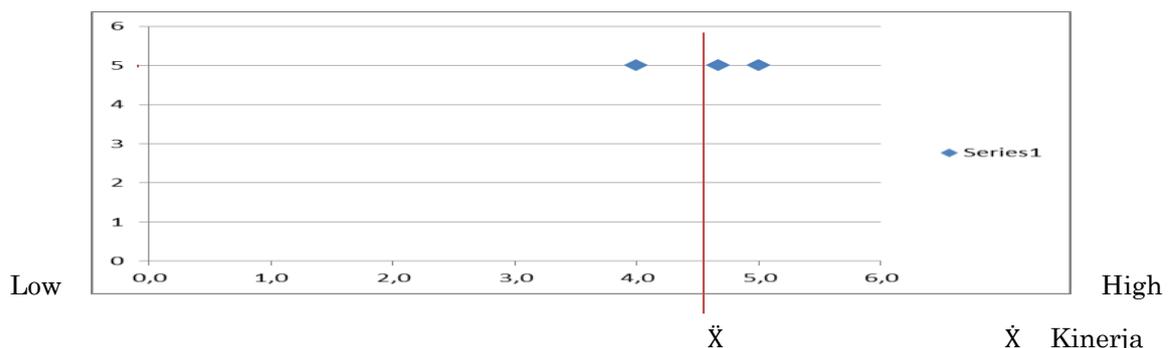
1. Tingkat persepsi kinerja lebih rendah dari ekspektasi, maka pengguna tidak puas.
2. Tingkat persepsi kinerja lebih tinggi dari ekspektasi, maka pengguna sangat puas
3. Tingkat persepsi kinerja sama dengan ekspektasi, maka pengguna puas

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna lulusan atau industri yang telah mempekerjakan lulusan Program Studi Komputerisasi Akuntansi Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Semarang. Dalam penelitian ini akan diambil sampel sebanyak 20 pengguna lulusan atau industri yang telah menyerap lulusan Program Studi Komputerisasi Akuntansi.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode Angket. Para responden atau anggota sampel diminta mengisi kuisioner yang telah disediakan sesuai dengan harapan terhadap penggunaan lulusan dan persepsi terhadap kinerja lulusan

Data yang diperoleh dari responden kemudian diuji dan diolah. Terlebih dahulu diuji validitasnya. Uji validitas dengan mencari nilai korelasi tiap item dengan nilai totalnya. Valid atau tidaknya suatu pertanyaan dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai correlated item-total Diagram Kartesius Variabel Kehandalan

Harapan
High Y



Pada variabel kehandalan menunjukkan bahwa kinerja dari lulusan Prodi Kompak Diagram Kartesius Variabel Keresponsifan Harapan
Hight Y

correlation dengan hasil perhitungan r-tabel. Jika r hitung lebih besar dari r-tabel dan nilainya positif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya dilakukan analisis kesenjangan atau perbedaan skor rata-rata kepuasan dengan skor rata-rata kinerja yang diharapkan.

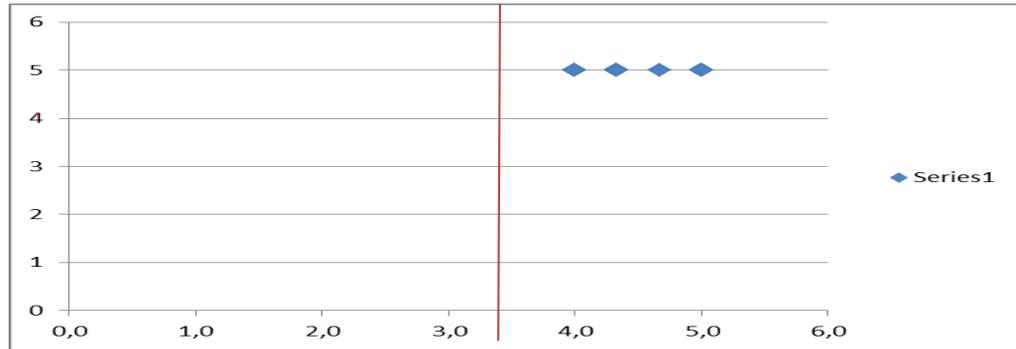
Analisis data kuantitatif dilakukan dengan bantuan software SPSS 26 for Windows, kemudian diolah dengan model *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil dari olah data berupa angka yang menunjukkan tingkat kepuasan pengguna dan berupa diagram yang menghasilkan usulan perbaikan kinerja. Variabel dengan tingkat kesenjangan yang tinggi/besar merupakan komponen kepuasan pengguna yang perlu dilakukan perbaikan-perbaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data dari lulusan Program Studi Komputerisasi Akuntansi Jurusan Akuntansi menunjukkan bahwa industri tempat bekerja dari alumni mahasiswa Program Studi Komputerisasi pada berbagai industri diantaranya; Bank Mandiri, Bank Jateng, Bank Jateng Syariah, PT Gudang Garam dan PT Utama Karya.

Hasil Uji *Importance Performance Analysis* (IPA)

X Kinerja belum maksimal, masih ada yang dibawah harapan pengguna sebesar 2/3 .



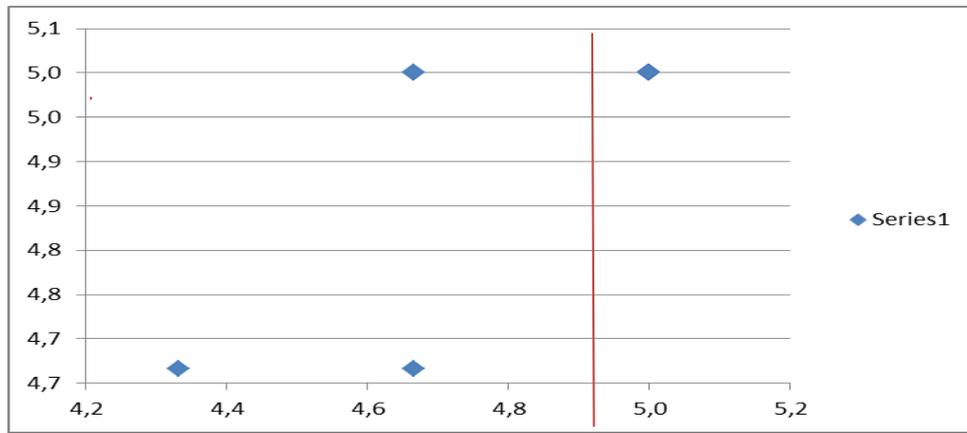
Low
Hight

X
Kinerja

X

Pada variabel keresponsifan menunjukkan bahwa kinerja dari lulusan Prodi Kompak belum maksimal, masih ada yang dibawah harapan pengguna sekitar 50%..

Diagram Kartesius Variabel Keyakinan
Harapan
Hight Y



Low

X

X
Kinerja

Hight

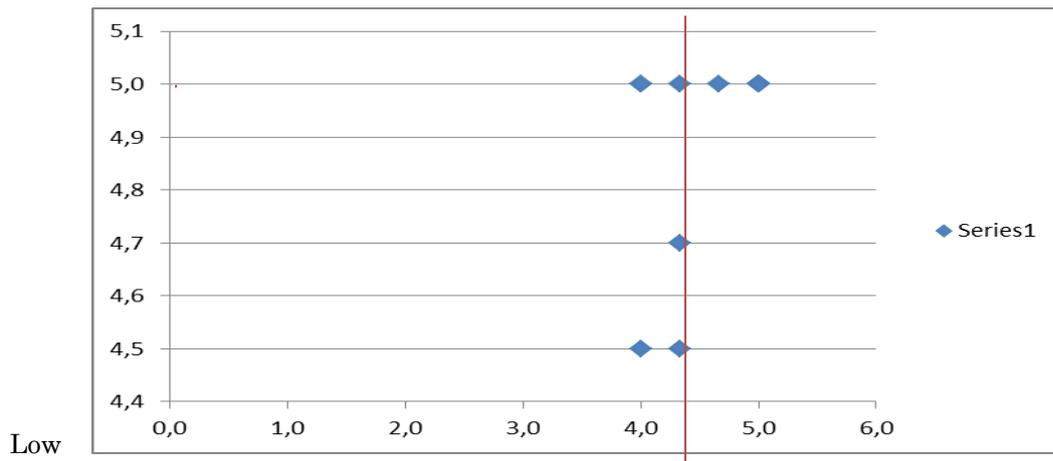
Pada variabel keyakinan menunjukkan bahwa kinerja dari lulusan Prodi Kompak 25 % sangat memuaskan, 25% belum sesuai

dengan keinginan pengguna lulusan, dan 50 % masih di bawah harapan pengguna lulusan.

Diagram Kartesius Variabel Empati/Perhatian

Harapan

Hight Y

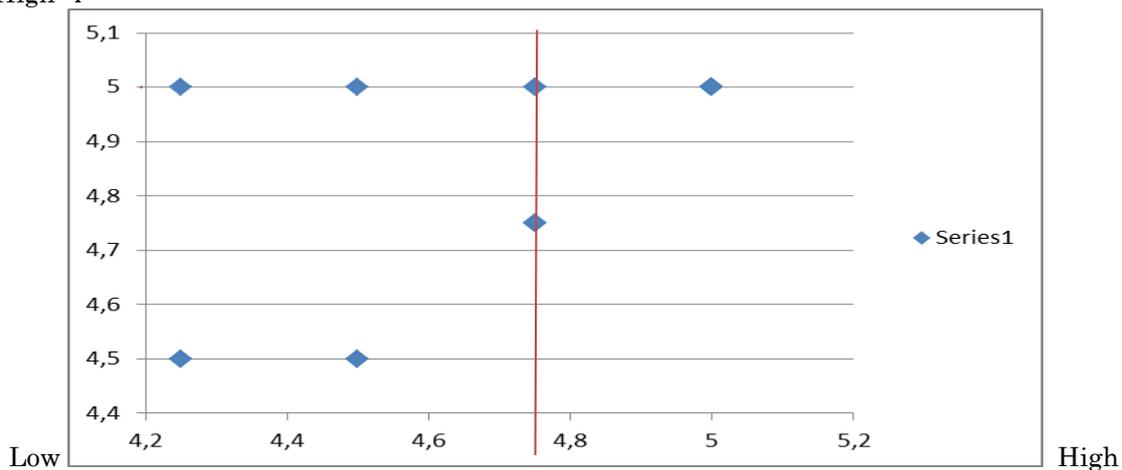


Low

Pada variabel perhatian menunjukkan bahwa kinerja dari lulusan Prodi Kompak masih ada dibawah harapan, namun dilihat Diagram Kartesius Variabel Berwujud

X Kinerja dari skala angka menunjukkan bahwa lulusan dari prodi kompak pada tingkat penilaian memuaskan.

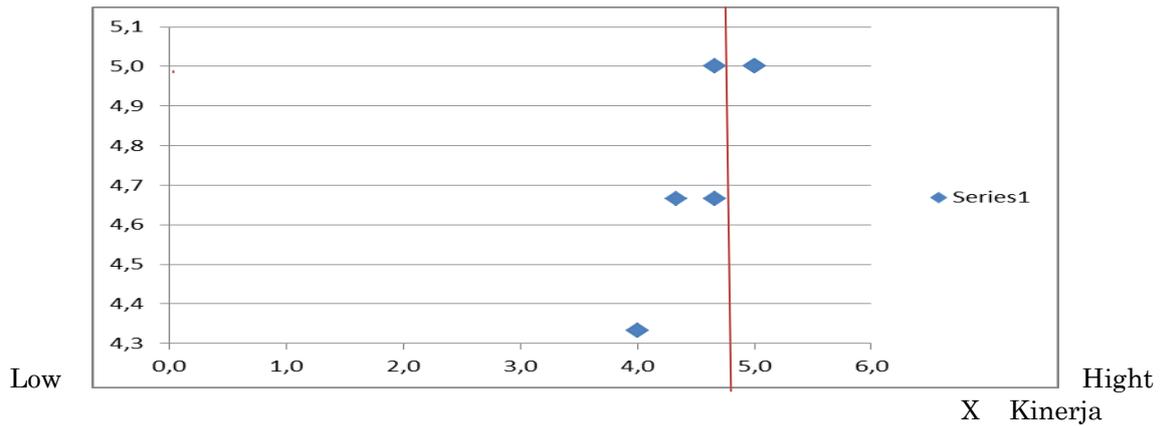
Harapan
High Y



Low

Pada Diagram Kartesius Berwujud menunjukkan bahwa kinerja dari lulusan Prodi Kompak masih ada dibawah harapan, namun dilihat dari skala angka Diagram Kartesius Variabel Manfaat Harapan Hight Y

X Kinerja menunjukkan bahwa lulusan dari prodi kompak pada tingkat penilaian memuaskan.

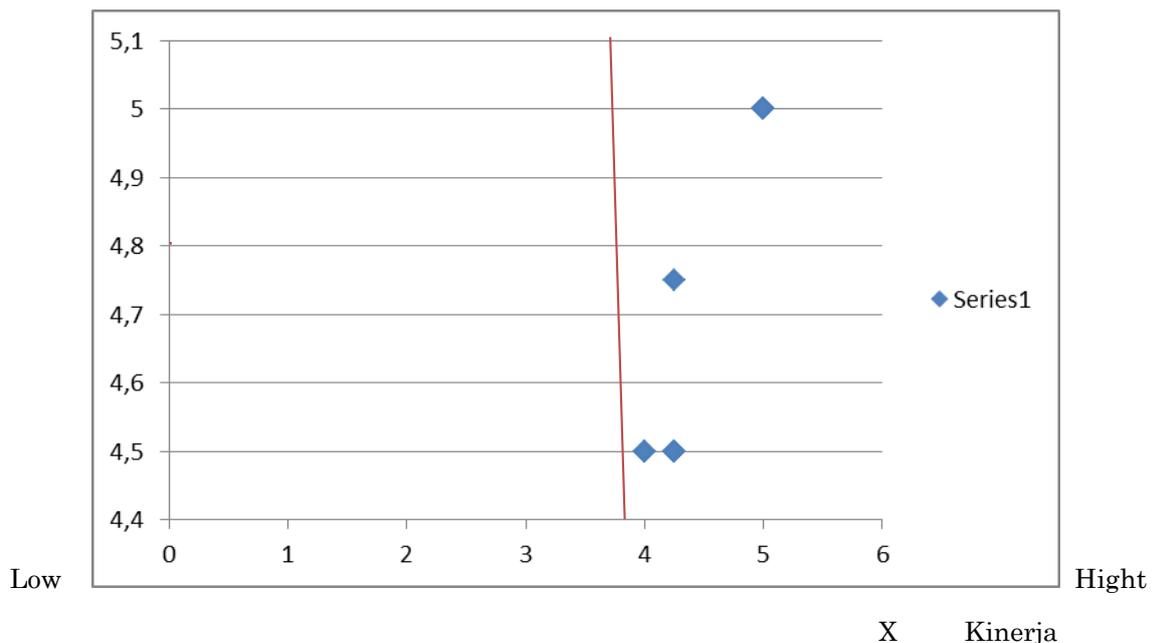


Pada Diagram Kartesius Manfaat menunjukkan bahwa kinerja dari lulusan Prodi Kompak ada yang sudah memenuhi harapan, meskipun juga masih ada Diagram Kartesius Variabel Kemudahan

dibawah harapan, namun dilihat dari skala angka menunjukkan bahwa lulusan dari prodi kompak pada tingkat penilaian memuaskan.

Harapan

Hight Y

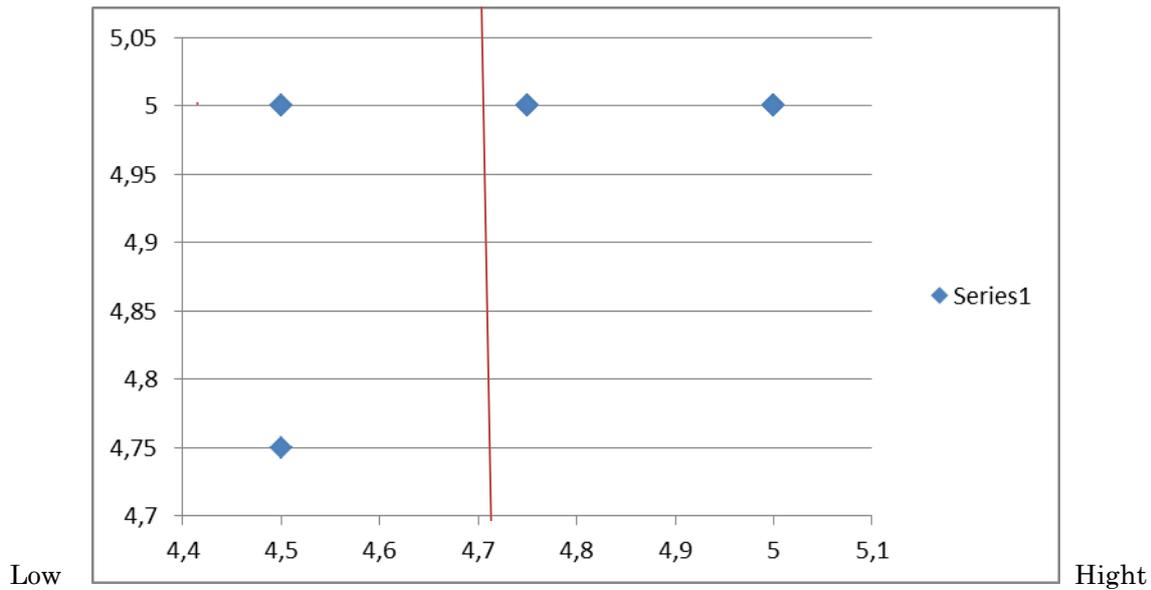


Pada Diagram Kartesius Kemudahan menunjukkan bahwa kinerja dari lulusan Prodi Kompak ada yang sudah memenuhi harapan, meskipun juga masih ada Diagram Kartesius Variabel Keamanan

harapan, namun dilihat dari skala angka menunjukkan bahwa lulusan dari prodi kompak pada skala penilaian memuaskan.

Harapan

Hight Y



Pada Diagram Kartesius Keamanan menunjukkan bahwa kinerja dari lulusan Prodi Kompak ada yang sudah memenuhi harapan, meskipun juga masih ada dibawah harapan, namun dilihat dari skala angka menunjukkan bahwa lulusan dari prodi kompak pada tingkat penilaian memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya Fajar Budi Hartanto, Rusdarti, Abdurrahman. *Tantangan Pendidikan Vokasi di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Menyiapkan Sumber Daya Manusia yang Unggul*. Seminar Nasional Pascasarjana 2019 ISSN: 2686-6404
- Felita Randy. 2017. *Studi Deskriptif Kepuasan Pelanggan Shopa Room Boutique di Surabaya*. Majalah Anggora Vol 5 no 1 tahun 2017. Surabaya : Universitas Kristen Petra
- Jogiyanto.2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management* (14 ed.). New Jersey: Pearson Pretince Hall.
- Nelfiyanti, Leola Dewiyani, *Analisis Kualitas Lulusan Teknik Industri FT UMJ Berdasarkan Tingkat*

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian industri (pengguna lulusan) terhadap lulusan Program Studi Komputerisasi Akuntansi telah memenuhi harapan, namun demikian Program Studi Komputerisasi Akuntansi harus selalu *update* atas perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi agar tercipta *link and match* dengan industri.

Kepuasan Pengguna Lulusan Jurusan Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Jakarta Jalan. Cempaka Putih Tengah 27 Jakarta Pusat

- Sulvinajayanti, Iskandar, Nahrul Hayat. *Analisis Kepuasan Pengguna Lulusan Terhadap Alumni Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Parepare*. Jurnal Penelitian, Volume 13, Nomor 2, Agustus 2019
- Supranto, J.2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi
- Trias Septyoari Putranto dan Raden Nana Kusdiana.2013. *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Biro Perjalanan Tamarind Wisata*. Majalah Binus

Business Review Volume 4 No 1
tahun 2013. Jakarta : Binus
University