

PERSEPSI PELAJAR TERHADAP KUALITI PERKHIDMATAN DI SEKOLAH BERASRAMA PENUH DI PERAK: SATU DAPATAN AWAL

oleh:

**NEK KAMAL HJ YEOP YUNUS
MUHAMMAD KHAIRUDDIN LIM
ABDUL RAHEEM MOHD.YUSOFF
AZITA MOHD YONUS**

Fakulti Perniagaan Dan Ekonomi
Universiti Pendidikan Sultan Idris

ABSTRAK

Kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan menjadi tunggak keberkesanan dan keuntungan organisasi. Untuk terus mengekalkan pelanggan kebanyakan organisasi bersaing hebat dengan menonjolkan kebitaraan perkhidmatan masing-masing di pasaran. Sekolah berasrama memang terkenal dengan kecemerlangan akademik tetapi kualiti perkhidmatan sokongan dan bukan akademik tidak kurang pentingnya. Walaupun sekolah bukanlah organisasi yang mengaut keuntungan dari operasinya tetapi kemudahan tertentu diswastakan. Kajian ini bertujuan melihat persepsi pelajar terhadap kualiti perkhidmatan di sekolah iaitu penyajian makanan di dewan makan, penginapan di asrama dan kafeteria, kebersihan dan keceriaan, kesihatan dan keselamatan, serta pejabat pentadbiran dan perpustakaan. Data telah dikumpulkan dengan mengedarkan 120 set soalselidik di tiga buah sekolah berasrama penuh di Perak dan hanya 100 set dikembalikan. Setelah diproses dengan SPSS, didapati bahawa 42% pelajar mempunyai persepsi perkhidmatan keseluruhan sebagai cemerlang dan sangat cemerlang. Sebanyak 33% pelajar pula akan menggunakan perkhidmatan di sekolah dengan lebih kerap lagi pada masa hadapan. Pada keseluruhannya jurang antara jangkaan dan persepsi pelajar sebagai pelanggan ialah -2.1% dan ini menunjukkan ketidakpuasan terhadap perkhidmatan di sekolah ini adalah minimum. Sementara jurang antara persepsi dengan kepentingan adalah -1.5%. dan jurang antara jangkaan dan kepentingan ialah - 0.6%. Kajian selanjutnya akan menggunakan sampel yang lebih besar dan analisis yang terperinci untuk melihat setiap dimensi dan unit perkhidmatan di sekolah.

Kata kunci : kualiti perkhidmatan, kepuasan pelanggan, jangkaan, persepsi pelajar.

Pengenalan

Kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan menjadi tunggak keberkesanan dan keuntungan organisasi. Untuk terus mengekalkan pelanggan, kebanyakan organisasi bersaing hebat dengan menonjolkan keunikan perkhidmatan masing-masing di pasaran.

Sekolah berasrama penuh memang terkenal dengan kecemerlangan akademik masing-masing. Banyak faktor yang menyebabkan sesebuah sekolah itu cemerlang dari segi akademik. Selain dari segi pengambilan pelajar yang terpilih guru juga adalah di kalangan yang terbilang kualitinya. Kemudahan prasarana yang mencukupi juga sangat penting dalam menentukan kualiti pengajaran dan pembelajaran.

Di samping itu tidak dapat dinafikan, kualiti perkhidmatan di asrama termasuk dewan makan dan kafeteria, perpustakaan dan koperasi memainkan peranan yang tidak kurang pentingnya. Selain perspektif pencapaian akademik, khidmat sokongan ini juga haruslah diberikan perhatian supaya sekolah menyediakan kemudahan yang berkualiti secara keseluruhannya.

Walaupun sekolah bukanlah sebuah organisasi yang mengaut keuntungan dari operasinya tetapi kemudahan tertentu diswastakan. Perbekalan bahan makanan, (KPM, 1999) menyediakan makanan di dewan makan, makanan yang dijual di kafeteria, penginapan asrama, mesin vending, kebersihan dan keselamatan biasanya dikontrakkan kepada syarikat swasta. Dari perspektif pemasaran perkhidmatan, perniagaan dan kepenggunaan, pelajar sebagai pelanggan terakhir dapat menilai kualiti yang disogokkan kepada mereka. Tambahan pula Kotler dan Fox (1998) mengkategorikan sekolah sebagai pemberi perkhidmatan yang menawarkan bersamanya sedikit produk yang ketara.

Kajian ini ingin melihat kualiti yang ditawarkan oleh sekolah berasrama penuh dalam menghasilkan pelajar yang berkualiti.

PERNYATAAN MASALAH

Kerajaan telah membelanjakan berjuta-juta ringgit bagi melengkapkan prasarana sekolah berasrama penuh khasnya bagi memenuhi keperluan melatih tenaga mahir yang sangat diperlukan oleh pasaran tenaga manusia. Oleh itu jelas dapat dilihat bahawa kuasa pasaran dapat mempengaruhi kualiti perkhidmatan yang ditawarkan di sekolah berasrama.

Pendidikan rendah dan menengah sangat penting kerana ia menyediakan pelajar untuk institusi pengajian tinggi. Menurut Isahak (2001) "Meningkatkan kualiti dan prestasi pendidikan Melayu memerlukan usaha semua pihak- kerajaan, ibu bapa, swasta dan pelajar sendiri". Salah satu strategi yang beliau sarankan ialah meningkatkan kualiti pembelajaran dan pengajaran di sekolah rendah dan menengah. Pengurusan kualiti menyeluruh telah lama diamalkan di dalam bidang pendidikan. Tetapi kajian tentang kualiti penginapan, kafeteria dan perpustakaan sekolah berasrama penuh belum atau jarang dikaji.

Dalam suatu kajian rintis yang dijalankan oleh Universiti Wollongong, Institusi Pendidikan Tinggi Awam dinilai dari segi 14 dimensi berikut- bilangan staf, jumlah kemasukan pelajar, purata kemasukan pelajar, beban akademik pelajar, pendapatan, nisbah antara pelajar dengan staf, penilaian pelajar terhadap proses Pembelajaran dan Pengajaran, kadar kelulusan, destinasi dan penerimaan pelajar di sektor pendidikan negara, penerbitan dan khidmat profesional. Kajian ini walaupun mengenal pasti prestasi universiti itu, tetapi tidak mengambil kira proses utama pemberian perkhidmatan berkualiti (Soutar et al, 1996).

Salah satu cara untuk menganjak paradigma staf sekolah berasrama penuh ialah dengan membentuk kefahaman kepada kakitangan sekolah berkenaan tentang falsafah kualiti menyeluruh dan orientasi pemasaran dalam memuaskan kehendak pelanggan. Walaubagaimanapun lazimnya petunjuk kualiti yang didapati itu adalah dari sudut staf akademik bukannya dari perspektif pelajar sendiri sebagai pelanggan. Petterson (1991) menyatakan bahawa pengalaman pelajar dalam kehidupan di kampus sepatutnya menjadi isu utama dalam menentukan petunjuk prestasi sesebuah sekolah.

Hittman (1993) menegaskan kaedah tradisi menilai prestasi sesebuah kolej banyak berkisar sekitar aspek akademik semata-mata dengan sedikit sangat diberikan tumpuan terhadap aspek bukan akademik. Katanya penilaian pelajar sepatutnya mestilah lebih diutamakan dari akademik semata-mata dan skopnya pula mencakupi aspek lain yang lebih menyeluruh. Umpamanya pengalaman seseorang pelajar yang berjaya dan lulus cemerlang banyak menggunakan

kemudahan di perpustakaan.

Memang masyarakat menganggap sekolah asrama seperti sekolah elit adalah sebuah institusi kecemerlangan. Cuma yang banyak dibincangkan ialah tentang kemerosotan kualiti pelajar yang dihasilkan. Apakah kemerosotan pelajar itu mempunyai hubungan yang signifikan dengan kualiti perkhidmatan yang diberikan di sekolah itu sendiri? Seorang pelajar yang cemerlang tidak hanya bergantung kepada faktor pengajaran dan pembelajaran di dalam bilik kuliah oleh guru sahaja, tetapi sebaliknya faktor-faktor lain seperti kualiti perkhidmatan di unit-unit banyak mempengaruhi atau menyokong. Kajian ini cuba mencari jawapan kepada persoalan di atas.

OBJEKTIF KAJIAN

Tujuan kajian ini cuba mendapatkan gambaran keadaan sebenar tentang persepsi pelajar terhadap kualiti perkhidmatan yang diberikan oleh sekolah berasrama penuh di seluruh negeri Perak. Secara khusus kajian ini bertujuan mencapai objektif berikut:

1. Mengenal pasti tahap kepuasan pelajar dari persepsi kualiti perkhidmatan yang diberikan di sekolah berasrama penuh di Perak.
2. Mendapatkan maklum balas tentang kualiti sebagai panduan untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan di sekolah berasrama di negeri Perak.
3. Membandingkan kualiti perkhidmatan antara unit-unit perkhidmatan di sekolah asrama di negeri Perak.

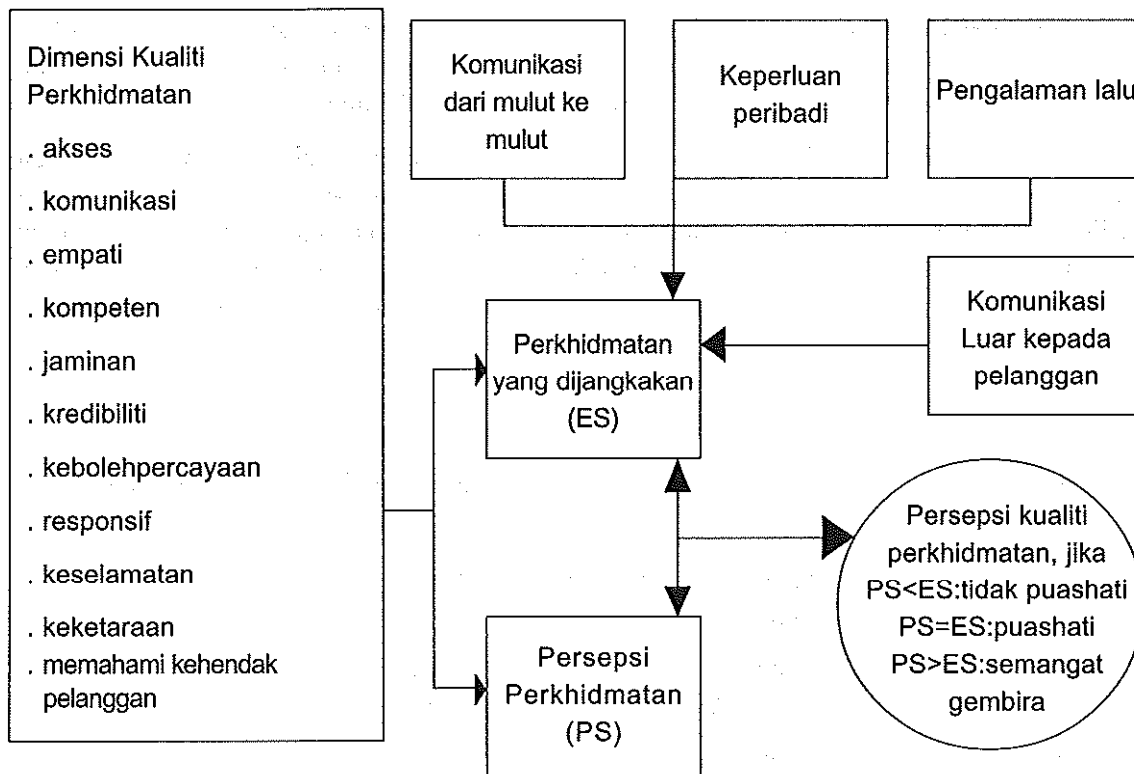
KEPENTINGAN DAN BATASAN KAJIAN

Hasil kajian ini dapat membantu usaha-usaha untuk mempertingkatkan lagi perkhidmatan yang lebih berkualiti khususnya perkhidmatan pelanggan di dalam kampus sekolah berasrama penuh di Perak. Selain itu kajian dapat melihat sejauh mana kepentingan perkhidmatan yang berkualiti serta kepuasan pelanggan yang ditawarkan oleh unit-unit di sekolah tersebut. Ia sekali gus akan memaparkan di mana letaknya peranan staf bukan guru terhadap kualiti dalam pengurusan Sekolah Berasrama Penuh Perak. Di samping itu kajian ini menyediakan asas untuk mendalami dan menggiatkan lagi kajian hubungan perkhidmatan berkualiti dalam aspek pengurusan sesebuah SBP Perak.

Kajian ini hanya meninjau persepsi individu pelajar SBP sebagai pelanggan. Ini kerana pelajar merupakan pelanggan terbesar dan utama bagi SBP. Hanya kaunter Pejabat Am, Pejabat Asrama, Kaunter Kantin Sekolah, Perpustakaan dan Kaunseling sahaja yang ditinjau kerana unit-unit tersebut paling kerap dan mempunyai kaitan yang langsung dalam urusan akademik dan kehidupan kampus pelajar di SBP.

KERANGKA KONSEPTUAL

Kerangka konseptual yang digunakan untuk kajian ini adalah kerangka yang diadaptasi dari Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1990) seperti berikut. Walau bagaimanapun dimensi kualiti perkhidmatan yang ditinjau dalam kajian ini hanya melibatkan lima elemen sahaja iaitu



keketaraan, jaminan, responsif, kebolehpercayaan dan empati.

(Diadaptasi dari: Zeithaml, Parasuraman dan Berry, (1990). *Delivering Quality Services*, Free Press, New York)

ULASAN KARYA TERPILIH

“Perkhidmatan yang berkualiti merupakan satu aspek penting kepada mana-mana organisasi. Ini kerana perkhidmatan yang tidak berkualiti akan menyebabkan pelanggan lari meninggalkan organisasi tersebut (Denton, 1994)”

Sarjana pendidikan pemasaran telah meneliti bahawa pendidikan adalah satu perkhidmatan seperti yang jelas diterangkan dalam banyak jurnal. Sesungguhnya analisis dan kajian sebegini menonjolkan peri pentingnya perkhidmatan berkualiti serta definisinya, pengukurannya dan pembaikan. (Crosby, 1979; dan Heskett, 1986)

Namun para pendidik mempunyai pandangan yang berbeza tentang kualiti. 50% guru sekolah berasrama penuh belum bersedia untuk melaksanakan sistem kualiti MS ISO 90002 dan hanya 40.1% sahaja yang berpeluang mengikuti kursus berkenaan ISO atau TQM sementara 55% belum mendapat pendedahan mengenai ISO (KPM, 1997).

Canterbury (1999) telah mengenal pasti beberapa alasan mengapa pelajar memilih sesuatu institusi pendidikan seperti sekolah atau kolej tertentu. Antaranya ialah kerana kualiti perkhidmatan sangat rendah. Lovelock (1980) menyatakan bahawa memasarkan institusi pendidikan sebagai sebuah institusi yang kompleks dan total bukanlah mudah kerana ia menawarkan sebuah bungkusan yang mengandungi pendidikan, makanan, penginapan, rekreasi dan aktiviti sosial.

Bagi seorang pelajar pula, pemilihan untuk masuk ke sesuatu institusi pendidikan adalah satu keputusan yang rumit kerana ia melibatkan sokongan keluarga dan sedikit sebanyak menentukan

masa depan pelajar berkenaan. Kesesuaian adalah faktor penting. Kesesuaian itu berdasarkan kepada banyak perkara termasuk guru, kaunselor bimbingan, ibu bapa, rakan sebaya dan penyelidik (Dalton, 1988; Marthers, 1995; Hitchner, 1995 dan William, 1986)

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) mendefinisikan perbezaan ekspektasi pelanggan dan persepsi perkhidmatan yang sebenar sebagai kualiti perkhidmatan. Mereka menguji 10 dimensi kualiti perkhidmatan dan akhirnya sebuah soalselidik yang mengandungi 45 item telah terbentuk dan diuji dalam pelbagai situasi. Setelah dimurnikan Parasuraman et al berpendapat walau apapun jenis perkhidmatan, rata-rata pelanggan membuat penilaian terhadap 5 dimensi berikut sahaja.

Dimensi	penerangan
Keketaraan (Tangibility)	kemudahan fizikal, peralatan dan rupa diri kakitangan
Kebolehpercayaan	kebolehan menyempurnakan perkhidmatan yang dijanjikan dengan tepat
Responsif	keinginan untuk menolong pelanggan dan memberi perkhidmatan dengan cepat
Jaminan	pengetahuan dan kesopanan kakitangan serta kebolehan mereka memupuk keyakinan dan kepercayaan
Empati	perihatin, memberi perhatian istimewa oleh kakitangan terhadap pelanggan.

Walaupun dimensi soalselidik ini telah diperdebatkan, Fisk et al (1993) berpendapat ia adalah sesuai untuk mengukur kualiti perkhidmatan keseluruhannya.

Gronroos (1983) mencadangkan tanggapan kualiti perkhidmatan adalah hasil proses penilaian di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap penyempurnaan perkhidmatan dan hasilnya berbanding dengan apa yang mereka jangkakan.

Kepuasan pelanggan adalah satu konsep yang sangat abstrak dan terdapat banyak perbezaan dalam definisi yang diberikan oleh pakar-pakar yang telah mengkaji berkaitan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhannya semua definisi ini berkongsi tiga elemen, iaitu 1) kepuasan pelanggan adalah suatu respons (emosi atau kognitif); (2) respons tersebut adalah berkaitan dengan sesuatu fokus (jangkaan, produk, pengalaman yang terkumpul dan lain-lain). Maka, kepuasan pelanggan adalah fungsi kepada perkhidmatan yang dijangkakan dan persepsi perkhidmatan. Mengikut La Barbera dan Mazursky (1983), pelanggan akan berpuas hati jika persepsi perkhidmatan sama dengan perkhidmatan yang dijangkakan. Sebaliknya, jika persepsi perkhidmatan kurang dari perkhidmatan yang dijangkakan maka pelanggan akan berasa tidak puas hati. Jika persepsi perkhidmatan melebihi dari perkhidmatan yang dijangkakan maka pelanggan akan berasa sangat gembira. Dari segi pemasaran, pelanggan yang berpuas hati adalah suatu yang sangat penting kerana ia berkait dengan nilai sepanjang umur pelanggan.

Kolej dan sekolah mestilah bertindak terhadap tekanan pasaran dengan menerima pakai konsep kualiti sebagai alat pemasaran. Banyak kolej telah menerokai arena perniagaan dan memakai teknik, strategi dan istilah pengurusan kualiti (Comm dan LaBay, 1996).

Licata dan Frankwick (1996), telah mengkaji organisasi pemasaran sebuah kolej dari segi strategi pemasaran dan perkhidmatan profesional supaya kerangka bagaimana persekitaran pemasaran mempengaruhi strategi pemasarannya dapat mencorakkan struktur pemasaran kolej tersebut.

Menurut Mohd Taib dan Ahmad Khairie (2001), satu kajian di Amerika Syarikat menunjukkan bahawa 65-90% pelanggan biasanya tidak akan melakukan aduan tetapi mereka secara senyap akan meninggalkan organisasi itu jika tidak berpuas hati dengan perkhidmatan yang diterima.

Bukan semua pelanggan yang tidak puas hati akan membuat aduan. Dua pertiga daripada pelanggan yang tidak puas hati akan mengambil dua langkah, bertindak mengadu atau tidak mengadu. Jika bertindak mungkin akan mendapat pampasan, tindakan undang-undang, dan mengadu kepada pihak ketiga. Jika tidak mengambil tindakan, pelanggan memboikot jenama itu dan menyebarkan buah mulut yang negatif (Stephen dan Gwinner, 1998).

Konsep pemasaran menekankan pelanggan adalah sentiasa benar dan mempunyai hak sebagai pengguna (Kotler, 1998). Namun beberapa kajian tentang kualiti perkhidmatan hotel dan restoran (yang sama cirinya dengan asrama dan kafeteria di sekolah-tambahan penyelidik) yang telah dijalankan dan mendapati pelanggan tidak semestinya selalu benar mengikut perspektif pemberi perkhidmatan. Ada juga pelanggan yang menimbulkan masalah. Umpamanya tidak mengikut peraturan yang ditetapkan (Bitner, Boom dan Tetrault, 1999).

Kajian tentang pengurusan asrama kelolaan Kementerian Pendidikan Malaysia di sekolah mendapati kemudahan asas adalah kurang selesa dan tidak mencukupi (KPM, 1980, 1995), beban tugas warden terlalu berat lalu menyebabkan perkhidmatan yang diberikan tidak efisien dan berkualiti rendah. Dapatan ini disokong oleh kajian penilaian program perimbangan pelajaran melalui SBP, Sekolah Menengah Sains dan Kelas Rancangan Khas (KPM, 1981) yang mendapati kelengkapan fizikal masih kurang memuaskan, bekalan air selalu terputus dan masalah pencemaran bunyi bising lalu lintas. Malah di dapati juga kelas rancangan khas kurang penyeliaan oleh Jabatan Pendidikan Negeri.

Beberapa kajian di Amerika Syarikat dan Britian menunjukkan bahawa iklim sekolah dan kualiti perkhidmatan menyumbang kepada kejayaan pelajar (Brookover, 1979; Edmonds, 1979). Reynolds et al (1994) mendapati prestasi akademik pelajar meningkat apabila kualiti perkhidmatan yang diberikan juga bertambah baik. Di Malaysia, KPM (1995), telah menjalankan kajian penilaian prestasi di 12 buah sekolah berasrama penuh dan mendapati bahawa pelajar-pelajar yang gagal di sekolah tersebut terdapat dua indikator. Pertama iklim sekolah tidak kondusif iaitu keceriaan kurang memuaskan dan kedua, kurangnya semangat pelajar dan guru. Selain itu terdapat juga hubungan yang signifikan di antara penggunaan perpustakaan, bengkel dan makmal dengan pencapaian akademik.

Dapatan ini disokong oleh kajian (KPM, 1997) mengenai keefisienan dan penggunaan serta pengurusan makmal sains di sekolah menengah yang mendapati kelengkapan makmal adalah usang, rosak dan ketinggalan zaman. Kebanyakan makmal juga digunakan sebagai kelas terapung.

KAEDAH PENYELIDIKAN

Reka bentuk Kajian

Kaedah yang digunakan ialah soal selidik yang mengandungi 86 item soal selidik yang telah direka bentuk oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) iaitu SERVQUAL. Walau bagaimanapun sedikit perubahan telah dilakukan untuk menyaksuakannya dengan kehendak kajian ini. Mana-mana soalan yang tidak berkaitan telah dikeluarkan dan beberapa soalan berkaitan demografi telah ditambah untuk mendapatkan latar belakang responden.

Populasi dan Persampelan

Populasi kajian merupakan semua pelajar dari 14 buah Sekolah Berasrama Penuh di Perak. Persampelan dipilih secara rawak bersistematik mengikut tingkatan iaitu pelajar tingkatan empat.

Prosedur Kajian

Soalselidik diberikan kepada pelajar tingkatan empat yang terpilih secara rawak bersistematik mengikut kelas dan jurusan pengajian. Pelajar diberi jangka masa 30 minit untuk mengisi soalselidik dan kemudian dikutip oleh penyelidik. Sebanyak 120 set soalselidik telah diedarkan tetapi hanya 100 sahaja yang dikembalikan dan dianalisis.

ANALISIS DAN DAPATAN

Data yang telah dikutip dikodkan, direkod dan dianalisis dengan menggunakan SPSS 10.5. Data deskriptif dianalisis menggunakan kekerapan dan peratusan.

Dapatan adalah seperti berikut:

Latar belakang Responden.

Latar belakang responden dari segi keturunan, jantina, pendapatan pendidikan dan pekerjaan ibubapa responden adalah seperti dalam jadual 1-5 di bawah.

Jadual 1: Keturunan

Keturunan	Kekerapan	Peratus
Melayu	95	95
Cina	4	4
India	1	1
Jumlah	100	100

Jadual 2: Jantina

Jantina	Kekerapan	Peratus
Lelaki	49	49
Perempuan	51	51
Jumlah	100	100

Jadual 3: Pendapatan Ibu Bapa (RM)

Pendapatan Ibu Bapa (RM)	Kekerapan	peratus
Kurang dari 1000	31	31
1000-1999	35	35
2000-2999	10	10
3000-3999	14	14
Lebih dari 4000	10	10
Jumlah	100	100

Jadual 4: Pendidikan Ibu Bapa

Pendidikan Ibu Bapa	Kekerapan	Peratus
Ijazah	25	25
Diploma	15	15
Sijil Pelajaran Malaysia	60	60
Jumlah	100	100

Jadual 5: Pekerjaan Ibu Bapa

Pekerjaan Ibu Bapa	Kekerapan	Peratus
Kakitangan kerajaan	62	62
Swasta	14	14
Sendiri / berniaga	24	24
Jumlah	100	100

Kualiti Perkhidmatan di Sekolah berdasarkan jadual 6 di bawah.

Jadual 6: Kualiti Perkhidmatan di Sekolah Mengikut Persepsi Pelajar

	Sangat lemah	Tidak cemerlang	Kurang cemerlang	Agak cemerlang	Sederhana cemerlang	Cemerlang	Sangat cemerlang
Kualiti perkhidmatan di sekolah ini	3%	2%	7%	16%	30%	38%	4%

Berdasarkan jadual di atas didapati 38% pelajar mempunyai persepsi sekolah mereka menyediakan perkhidmatan yang cemerlang. Sementara 30% pula berpersepsi sederhana cemerlang, 16% agak cemerlang dan hanya 4% sahaja yang mempunyai persepsi bahawa perkhidmatan sekolah-sekolah mereka sangat cemerlang.

Jadual 7: Kekerapan pelajar sebagai pelanggan akan menggunakan perkhidmatan di sekolah pada masa hadapan.

	Tiada langsung	Jarang jarang	Kurang kerap	Agak kerap	Sederhana kerap	kerap	Sangat kerap
Kekerapan pelajar akan menggunakan perkhidmatan di sekolah	1%	1%	5%	17%	27%	33%	15%

Jurang antara Jangkaan dan Perkhidmatan Sebenar.

Jadual 8: Jurang antara jangkaan, persepsi dan kepentingan perkhidmatan pada persepsi pelajar di sekolah tersebut secara keseluruhannya.

	1	2	3	4	5	6	7
Jangkaan pelajar terhadap kualiti perkhidmatan keseluruhannya	9%	4.7%	5.1%	9.8%	11.3%	18.9%	41.2%
Persepsi pelajar terhadap kualiti perkhidmatan keseluruhannya	8.1%	5.3%	4%	12.1%	10.9%	20.5%	39.1%
Kepentingan perkhidmatan kepada pelajar keseluruhannya	2%	2%	4.4%	10%	15.5%	25.5%	40.6%
Jurang antara jangkaan dan persepsi perkhidmatan	-0.9%	0.6%	-1.1%	2.3%	-0.4%	1.6%	-2.1%
Jurang antara jangkaan dan kepentingan perkhidmatan	7%	-2.7%	0.7%	0.2%	4.2%	6.6%	-0.6%
Jurang antara persepsi dan kepentingan perkhidmatan	6.1%	3.3%	0.4%	2.1%	4.6%	5%	-1.5%

Skala : 1-sangat tidak setuju, 7 – sangat setuju. n=100

Jadual 8 di atas menunjukkan jurang antara jangkaan dan persepsi perkhidmatan sebenar yang dinikmati ialah -2.1%, Menurut Parasuraman et al (1985,1988) semakin kecil jurang ini semakin tinggi kualiti yang ditawarkan oleh sekolah berkenaan. Tetapi perbezaan ini bernilai negatif yang bermakna persepsi masih belum menepati jangkaan pelanggan sebanyak -2.1%. Namun ketidakpuasan ini adalah terlalu kecil. Secara keseluruhannya 41.2% pelajar sangat bersetuju dengan pernyataan jangkaan kualiti perkhidmatan yang diberikan. Manakala persepsi mereka terhadap kualiti yang diberikan di sekolah pada tahap sangat cemerlang ialah 39.1%.

Jurang antara jangkaan dan kepentingan menunjukkan -0.6%, ini bermakna jurang yang lebih rapat bererti kualiti yang memenuhi jangkaan pelanggan. Tetapi perbezaan ini bernilai negatif yang bermakna persepsi masih belum menepati jangkaan pelanggan sebanyak -0.6%. Namun ketidakpuasan ini adalah terlalu kecil. Secara keseluruhannya 39.1% pelajar sangat bersetuju dengan pernyataan kualiti persepsi perkhidmatan yang diberikan. Manakala kepentingan perkhidmatan pada tahap sangat setuju ialah 40.6%.

Jurang antara persepsi dan kepentingan menunjukkan -1.5% ini juga bermakna jurang yang rapat antara dua dimensi bermaksud perkhidmatan dapat memenuhi kepentingan dan persepsi apa yang diterima oleh pelajar. Tetapi perbezaan ini bernilai negatif yang bermakna persepsi masih belum menepati jangkaan pelanggan sebanyak -1.5%. Namun ketidakpuasan ini adalah terlalu kecil. Secara keseluruhannya 40.6% pelajar sangat bersetuju dengan pernyataan kepentingan kualiti perkhidmatan yang diberikan. Manakala persepsi mereka terhadap kualiti yang diberikan ialah 39.1%

Sekiranya diambil kira skala 6 dan 7 dalam analisis di atas, maka didapati jangkaan pelajar berjumlah 60.1%, persepsi pelajar berjumlah 59.6% dan kepentingan perkhidmatan berjumlah 66.1%. Jurang antara jangkaan pelajar dengan persepsi mereka ialah -0.5% iaitu masih tidak memuaskan tetapi sangat minimum. Dari segi kepentingan perkhidmatan pula, jurang antara

jangkaan dan kepentingan ialah -6% yang mana masih tidak memuaskan pelanggan sebanyak 6%. Begitu juga jurang antara persepsi dengan kepentingan perkhidmatan ialah -6.5% yang masih tidak menepati kepentingan pelanggan tetapi jurang ini masih terlalu kecil.

KESIMPULAN DAN CADANGAN

Secara keseluruhannya didapati pelajar sebagai pelanggan berpuas hati dengan kualiti perkhidmatan yang diberikan di sekolah-sekolah berasrama di negeri Perak. Walau bagaimanapun masih terdapat jurang dan perbezaan antara skor jangkkaan dan persepsi, antara jangkkaan dan kepentingan, antara persepsi dan kepentingan, yang bermakna masih terdapat banyak ruang untuk penambahbaikan.

Perlu ditegaskan bahawa kajian ini hanyalah sekadar satu tinjauan awal sahaja. Dalam kajian selanjutnya analisis akan dibuat supaya dapat diperjelas lima dimensi yang menyumbang kepada ketidakpuasan hati pelanggan.

Di samping itu, analisis selanjutnya akan dibuat dengan sampel yang lebih besar dan melihat lebih terperinci ke dalam bidang dan unit yang menawarkan perkhidmatan di sekolah berasrama penuh di Perak.

RUJUKAN

- Abdul Karim Mohd Nor (1988). *Characteristics of Effective Secondary Schools in Malaysia*, Unpublished Ph.D. Dissertation, Madison: University of Wisconsin.
- Aminuddin Mohd Yusof, (1976). *Kemahiran Interpersonal* Kertas kerja dibentangkan dalam Bengkel Kecemerlangan Organisasi, Bangi: UKM.
- Brookover, (1979). *School Social System and Students Achievement: School can Make a Difference*, New York, Praeger.
- Bitner, M.J, Boom, B.H. dan Mohr, L.A. (1999). Critical Service Encounter: The Employees Viewpoint. In John E. Bateson & K. Douglas Hoffman (Eds.) *Managing service marketing*, New York: Dryden Press.
- Crosby, P.B. (1979). *Quality is free*, New York: Mc Graw-Hill.
- Comm, C.L. & LaBay, D.G. (1996). Repositioning Colleges Using Changing Students Quality Perceptions: An Exploratory Analysis, *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol. 74.
- Canterbury, R.M. (1999). Higher Education Marketing: A Challenge, *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol 9(3).
- Dalton, H.F. (1988). Staying off the Wolf: Understanding Marketing and Recruitment, *College Board Review* 148, Summer 29-31.
- Kementerian Pendidikan Malaysia (1981), *Kajian Penilaian Program Perimbangan Pelajaran Melalui SBP, Sek. Men. Sains dan Kelas Rancangan Khas*, K.Lumpur: EPRD.
- _____ (1980). *Kajian Pengurusan Asrama Sekolah Kelolaan KPM*, Kuala Lumpur: EPRD.
- _____ (1995). *Kajian Penilaian Prestasi di Sek Berasrama Penuh.*, Kuala Lumpur: EPRD.
- _____ (1997). *Kajian Keefisienan, Penggunaan dan Pengurusan Makmal Sains di Sekolah Menengah*, Kuala Lumpur: EPRD.

- _____ (1997). *Kajian Kesediaan Sekolah Melaksanakan Sistem Kualiti MS ISO 9000* Kuala Lumpur: EPRD
- Edmonds, R. (1979). Effective School for Urban Poor, *Educational Leadership* 37.
- Fisk, R.P., Brown, S.W. & Bitner, M.J. (1993). Tracking the Evolution of Services Marketing Literature, *Journal of Retailing*, 69(1).
- Gronroos, C. (1983). *Strategic management and marketing in the service sector*, Marketing Science Institute.
- Hitchner, K.W. (1995). Undermining the Development of Students Decision-Making Skills with Early Decision / Early Action, *Journal of College Admission*, 147, Spring.
- Hittman, J.A. (1993). "TQM and CQI in Post Secondary Education", *Quality Progress*, Vol.26 (10) October pp.77-80
- Heskett, J.L. (1986). *Managing in a service economy*, Boston: HBS Press.
- Isahak Haron (2001), *Prestasi Pelajar Melayu di Peringkat Rendah, Menengah dan Institusi Pengajian Tinggi*, Kertas Kerja Kongress Pendidikan Melayu Pertama, 2 Sep 2001
- Kotler, P & Fox, K. (1998). *Marketing strategies for non-profit organizations*, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing*, (9th ed.), Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Licata, J.& Frankwick, G.L. (1996). University Marketing: A Professional Service Organization Perspective, *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol. 7 (2).
- Lovelock, C. (1980). Uses, Abuses and Misuses of Marketing in Higher Education. In *Marketing in college admission: A broadening perspective*, The College Board.
- Mohd Taib Ariffin & Ahmad Khairie (2001). *Kajian Kualiti Komunikasi Antara Jabatan di UUM*, Sintok: Penerbit UUM.
- Marthers, P. (1995). The College Experience Survey as a College Guidance Tool, *Journal of College Admission*, 147, Spring.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry L.L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality, *Journal of Retailing*: Vol. 61, No. 1, 14-40.
- Patterson, G. (1991). The University Students : Valued Client or Just Another Number *Youth Studies*, February, pp. 50- 55
- Prescilla, A.B. & Marzursky, D. (1983). Longitudinal Assessment of Customer Satisfaction / Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of Their Cognitive Process, *Journal of Marketing Research*, Nov, pp. 393-404.
- Reynolds, D. (1994). *Advances in School Effectiveness Research and Practices*, England: Pergamon.
- Stephen, N. & Gwinner, K.P.(1998). Why Don't Some People Complain?, *Journal of Academy of Marketing Sciences*, Vol. 26 (3).
- Soutar, G. & Mc Neil, M. (1996). Measuring Service Quality in Tertiary Education, *Journal of Educational Administration*, Vol. 34, No.1.

William, T.E. (1986). Optimising Student-Institution Fit, in New Direction for Higher Education, In Hossler, D. (Ed.) *Managing College Enrollments*, San Francisco: Jossey-Bass.

Zeithaml, V., Parasuraman, A. & L. Berry (1990). *Delivering quality service*, New York: Free Press.

[illegible]