

KEPUASAN PELANGGAN: INDIKATOR MUTU PENDIDIKAN

Noor Khalidah¹, Rifa'atul Mahmudah², Citra Ayu Dewi Yulistiadi³, Aslamiah⁴,
Celia Cinantya⁵

Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia¹²³⁴⁵

Email: noorkhalidahbaso1302@gmail.com¹, mahmudahrifa49@gmail.com²,
citraemily79@gmail.com³, aslamiah@ulm.ac.id⁴, celia.cinantya@ulm.ac.id⁵

Abstrak

Studi ini menyoroti pentingnya kepuasan pelanggan sebagai indikator utama kualitas pendidikan dalam konteks Total Quality Management (TQM). Dengan memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, lembaga pendidikan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Dengan berfokus pada kepuasan pelanggan, lembaga pendidikan dapat memastikan bahwa kualitas pendidikan yang diberikan selalu terjaga dan ditingkatkan dari waktu ke waktu. Metode dalam artikel ini menggunakan penelitian kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dalam pendidikan penting untuk diperhatikan, sebenarnya mutu pendidikan harus mencakup aspek yang lebih luas. Dengan meminta masukan dari pemangku kepentingan dan menerapkan perubahan berdasarkan saran mereka, lembaga pendidikan dapat memastikan bahwa mereka telah memenuhi kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan. Begitu pula RATER dalam kepuasan pelanggan menyoroti bahwa pelayanan prima memegang peranan besar dibandingkan kualitas produk dan harga. Dalam konteks pendidikan, analisis ini dapat dikaitkan dengan bagaimana layanan pendidikan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan (siswa, orang tua, dan masyarakat).

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Manajemen Mutu Total, Pendidikan

Abstract

This study highlights the importance of customer satisfaction as a key indicator of educational quality in the context of Total Quality Management (TQM). By understanding customer needs and expectations, educational institutions can identify areas for improvement and develop strategies to improve the quality of service provided. By focusing on customer satisfaction, educational institutions can ensure that the quality of education provided is always maintained and improved over time. The method in this article uses library research, a method of collecting data by understanding and studying theories from various literatures related to the research. The results of the study indicate that it is important to pay attention to customer satisfaction in education, the actual quality of education must cover a wider aspect. By asking for input from stakeholders and implementing changes based on their suggestions, educational institutions can ensure that they have met the needs and expectations of stakeholders. Likewise, RATER in customer satisfaction highlights that excellent service plays a major role compared to product quality and price. In the context of education, this analysis can be linked to how educational services affect customer satisfaction and loyalty (students, parents, and community).

Keywords: Customer Satisfaction, Total Quality Management, Pendidikan

*Correspondence Author: Noor Khalidah
Email: noorkhalidahbaso1302@gmail.com



PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam bidang pendidikan di Indonesia. Kepuasan pelanggan tidak hanya mencerminkan sejauh mana suatu lembaga pendidikan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, tetapi juga dapat memberikan gambaran tentang mutu layanan yang diberikan. Konsumen sebagai konsumen berhak memperoleh layanan yang baik dan memuaskan dari lembaga Pendidikan (Wijaya et al., 2019).

Karena itu, penting bagi lembaga pendidikan untuk mempertimbangkan kepuasan pelanggan sebagai salah satu tolak ukur keberhasilan dalam penyelenggaraan kegiatan pendidikan. Komunikasi antara guru dan siswa, serta menanggapi komentar dan pertanyaan pelanggan. Fikri, Wiyani & Suwandar (2016) dengan memahami dan menganalisis kepuasan pelanggan, lembaga pendidikan dapat meningkatkan mutu layanan yang diberikan dan memperbaiki kelemahan yang ada (Fikri et al., 2016). Di Indonesia, kepuasan pelanggan memiliki sikap yang positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan pentingnya mempertimbangkan kepuasan pelanggan dalam menjalin hubungan yang baik antara pendidikan dengan pelanggan. Dalam lanskap pendidikan modern yang dinamis, memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi pertimbangan penting bagi lembaga yang ingin meningkatkan kualitas dan kinerja mereka secara keseluruhan.

Konsep Total Quality Management (TQM) menekankan pentingnya kepuasan pelanggan dalam memastikan kualitas pendidikan yang baik (Darifah, 2016; Salman, 2016). Izzulka & Laksono (2022), menyebutkan Kepuasan pelanggan dalam TQM sangat penting karena menentukan apakah institusi pendidikan tersebut berhasil dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya. Jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan hasil yang diberikan oleh institusi pendidikan, maka akan meningkatkan reputasi lembaga tersebut dan menarik minat lebih banyak orang untuk bergabung. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, institusi pendidikan harus memahami dengan baik proses-proses yang ada di dalamnya dan mengetahui apa yang diinginkan oleh para pelanggannya.

TQM dalam pendidikan adalah aktivitas perbaikan berkelanjutan yang dapat menyediakan seperangkat alat untuk lembaga pendidikan agar memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan sekarang dan di masa depan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi TQM adalah berdampak positif terhadap kualitas kinerja Lembaga Pengelola Pendidikan serta menunjukkan angka korespondensi yang tinggi dan positif antara hubungan pemangku kepentingan internal dan eksternal (Hota et al., 2020)

Dalam konsep Manajemen Mutu Terpadu (TQM) telah mendapatkan perhatian di berbagai sektor, termasuk pendidikan. TQM menekankan perbaikan berkelanjutan, fokus pada pelanggan, dan komitmen terhadap mutu di semua tingkatan organisasi. Dalam konteks pendidikan, kepuasan pelanggan dalam hal peserta didik dan orang tua peserta didik merupakan salah satu faktor penentu kualitas pelayanan yang diberikan oleh sekolah.

Menurut Yuniza, Sukmawati, & Chiar layanan pendidikan yang berkualitas merupakan penyediaan pendidikan di institusi yang mampu memberikan kepuasan kepada siswa dan orang tua siswa. Dengan demikian, sekolah bisa melaksanakan survei kepuasan pengguna agar penyampaian layanan pendidikan di institusi lebih efektif. Selain itu, jika siswa dan orang tua siswa merasa senang dengan layanan sekolah, maka akan muncul rasa loyalitas.

Dengan memperhatikan kepuasan pelanggan tidak hanya meningkatkan kualitas layanan yang diberikan, tetapi dapat mendorong hubungan yang lebih baik antara institusi pendidikan dan pelanggannya. Oleh karena itu, institusi pendidikan di Indonesia harus terus mengevaluasi dan meningkatkan layanannya untuk memastikan kepuasan pelanggan terbaik. Dalam hal ini, penulis tertarik untuk mengkaji latar belakang dan teori kepuasan pelanggan sebagai pengukuran mutu pendidikan, termasuk *servqual* dan model respons pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah penelitian pustaka, yang berfokus pada pengumpulan data melalui pemahaman dan analisis teori-teori dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian. Populasi dalam penelitian ini mencakup berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan topik yang diteliti, seperti buku referensi, artikel ilmiah, hasil penelitian sebelumnya, dan jurnal akademik. Sampel yang diambil terdiri dari sumber-sumber sekunder yang terpercaya dan relevan, yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk memastikan integritas dan kualitas informasi yang digunakan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang tersedia di perpustakaan dan platform digital, di mana peneliti melakukan review literatur untuk memperoleh data yang mendalam mengenai teori-teori yang ada, serta menyeleksi dan menganalisis informasi yang relevan untuk menjawab permasalahan penelitian. Selanjutnya, analisis data dilakukan dengan cara mengolah informasi yang telah dikumpulkan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang isu yang sedang diteliti, yang melibatkan penyusunan dan pengkategorian data berdasarkan tema-tema yang muncul, serta penarikan kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian. Kegiatan ini dilaksanakan secara sistematis agar hasil yang diperoleh dapat memberikan pemahaman yang jelas dan akurat mengenai topik yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepuasan Pelanggan dalam Pendidikan

Kepuasan pelanggan dalam konteks pendidikan merupakan indikator krusial dalam penerapan Total Quality Management (TQM), yang mencerminkan seberapa baik lembaga pendidikan memenuhi harapan dan kebutuhan siswa serta orang tua. Dalam era persaingan yang semakin ketat, mengutamakan kepuasan pelanggan tidak hanya meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga membangun loyalitas yang berkelanjutan dan reputasi positif bagi lembaga tersebut.

Pemerintah Indonesia telah berupaya melakukan berbagai macam upaya dalam rangka peningkatan mutu pendidikan. Mutu pendidikan telah menjadi isu utama dalam membentuk tenaga kerja masa depan, terutama di sekolah menengah kejuruan yang mendidik siswanya untuk memenuhi tuntutan berbagai industri. Manajemen mutu terpadu dalam konteks pendidikan merupakan suatu filosofi metodologis perbaikan berkelanjutan, yang dapat memberikan seperangkat alat praktis kepada lembaga pendidikan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan, baik masa kini maupun masa mendatang. Sistem manajemen mutu menuntut pengawasan statistik dan sirkulasi mutu, menuntut perubahan budaya dan juga peningkatan tim kerja. Oleh karena itu, dunia internasional melalui lembaga ekonominya melakukan langkah standarisasi mutu (Noorkhalis et al., 2023).

Total Quality Management (TQM) dapat diartikan sebagai penerapan konsep manajemen yang melibatkan semua elemen dalam organisasi untuk bekerja sama dengan fokus pada perbaikan kualitas produk secara berkelanjutan, sehingga dapat mencapai kepuasan pelanggan. Pendekatan ini menekankan pentingnya partisipasi seluruh anggota organisasi dalam upaya meningkatkan kualitas, yang pada gilirannya berkontribusi pada keberhasilan dan daya saing organisasi di pasar (customer) (Vebriyani et al., 2021). Menurut Band dalam Izzulka & Laksono (2022), Kepuasan pelanggan adalah tingkatan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi. Tingkat kepuasan ini mencerminkan seberapa baik produk atau layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dan merupakan indikator penting bagi keberhasilan sebuah organisasi dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh pada terjadinya pembelian yang berulang atau kesetiaan yang berlanjut. Menurut Engel et al., kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi dari pembeli di mana alternatif yang dipilih setidaknya sama atau melebihi harapan pelanggan. Sebaliknya, ketidakpuasan muncul ketika hasil yang diterima tidak memenuhi harapan tersebut. Dengan demikian, menjaga kepuasan pelanggan sangat penting untuk membangun loyalitas dan mendorong hubungan jangka panjang antara pelanggan dan organisasi.

Jika pendapat dari kedua para ahli diatas diterapkan dalam konteks pendidikan, terutama dari sudut pandang kepuasan siswa atau mahasiswa sebagai "pelanggan" dalam sistem pendidikan, kita dapat menarik beberapa kesimpulan penting. Dari kedua pakar diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki kesamaan dalam menekankan pentingnya pemenuhan harapan pelanggan sebagai faktor kunci. Band, enyoroti bahwa kepuasan pelanggan terjadi ketika kebutuhan, keinginan, dan harapan terpenuhi, yang berujung pada pembelian berulang atau kesetiaan pelanggan. Ini menekankan bahwa kepuasan berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan jangka panjang, di mana pemenuhan ekspektasi berperan dalam menciptakan hubungan yang berkelanjutan antara pelanggan dan perusahaan. Sementara Engel et al, mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi dari pembeli terhadap pilihan yang diambil, dengan fokus pada perbandingan antara hasil yang didapat dengan harapan. Jika produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika hasil tidak sesuai dengan harapan, ketidakpuasan akan muncul. Definisi ini lebih berfokus pada evaluasi hasil secara langsung, dengan melihat sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi.

Pendidikan dapat dikatakan baik apabila mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, baik pelanggan internal (internal customer) seperti kepala sekolah, tenaga kependidikan, dan pegawai, maupun pelanggan eksternal (external customer) yang meliputi pemerintah, masyarakat, dan pihak industri. Kepuasan ini mencerminkan efektivitas sistem pendidikan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan semua pemangku kepentingan, sehingga berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan secara keseluruhan (Vebriyani et al., 2021). Jika prinsip-prinsip TQM diterapkan dalam pendidikan, lembaga pendidikan akan lebih berorientasi pada kualitas yang berkelanjutan, dengan fokus utama pada kepuasan pelanggan internal dan eksternal. Ini tidak hanya akan meningkatkan reputasi lembaga pendidikan, tetapi juga memberikan hasil yang nyata dalam hal pengembangan siswa, kesiapan kerja lulusan, serta kepuasan semua pemangku kepentingan.

Marmoah, (2019) menyebutkan bahwa implementasi Total Quality Management (TQM) di sekolah atau dalam pendidikan memiliki berbagai manfaat (Marmoah, 2019).

Salah satu manfaatnya adalah dapat membangkitkan nilai, karakter, dan akhlak yang jelas, asalkan semua elemen dalam organisasi pendidikan bekerja sama secara maksimal dari awal hingga akhir. Selain itu, penerapan TQM juga dapat memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan orang tua peserta didik, sehingga menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih baik dan lebih responsif terhadap harapan semua pihak terkait. Dengan mengetahui kepuasan dan keinginan orang tua peserta didik, pihak sekolah dapat fokus untuk memenuhi harapan dan kebutuhan mereka. Hal ini membantu mencapai tujuan akhir TQM, yaitu memberikan kepuasan pelanggan secara optimal. Ketika keinginan dan kebutuhan orang tua terpenuhi, mereka akan merasa bahwa investasi mereka tidak sia-sia. Selain itu, manfaat lainnya adalah dapat mencegah terjadinya masalah atau situasi yang tidak diinginkan bagi pihak sekolah, sehingga menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih harmonis dan produktif.

Sejalan dengan penelitian ini, Basuki & Arsyad (2024), juga menyatakan “Implementasi Total Quality Management (TQM) dapat memberikan pengaruh positif terhadap kualitas pendidikan dan pelayanan yang diberikan kepada siswa dan orang tua. Peningkatan kualitas tersebut terlihat dari adanya peningkatan nilai akademik siswa, peningkatan kepuasan orang tua terhadap pelayanan yang diberikan, serta peningkatan produktivitas dan efisiensi sekolah dalam mengelola sumber daya”.

Kepuasan orang tua sebagai pelanggan sangat penting. Dengan memahami kebutuhan dan harapan mereka, sekolah dapat fokus pada penyediaan layanan yang lebih sesuai. Ketika sekolah berhasil memenuhi ekspektasi orang tua, hal ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan mereka, tetapi juga mendorong keterlibatan yang lebih besar dalam kegiatan sekolah. Orang tua yang merasa didengarkan dan dipenuhi kebutuhannya cenderung lebih mendukung kebijakan dan program sekolah, menciptakan ekosistem yang positif bagi siswa.

Dengan fokus pada kepuasan pelanggan (internal maupun eksternal), TQM dapat membantu sekolah untuk memenuhi kebutuhan semua pemangku kepentingan. Misalnya, dengan mendengarkan masukan dari siswa dan orang tua, sekolah dapat memperbaiki kurikulum dan fasilitas. Selain itu, kolaborasi dengan industri dapat memastikan bahwa pendidikan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pasar kerja. Dapat diperjelas bahwa kepuasan pelanggan dalam konteks implementasi TQM di sekolah sangat relevan. TQM, dengan pendekatan kolaboratifnya, memungkinkan semua elemen seperti guru, staf, dan orang tua untuk bekerja sama dalam menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih baik. Ketika semua pihak terlibat dan saling mendukung, nilai, karakter, dan akhlak siswa dapat terbentuk dengan lebih baik.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di sebuah lembaga pendidikan, pelayanan menjadi elemen yang krusial di setiap kegiatan. Pelayanan yang baik mencakup interaksi yang positif antara staf, pengajar, dan peserta didik, serta responsif terhadap kebutuhan dan masukan dari orang tua serta masyarakat. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, lembaga pendidikan dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi semua pemangku kepentingan, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas dan reputasi lembaga tersebut. Oleh karena itu, pelayanan terhadap pelanggan merupakan salah satu faktor utama untuk meningkatkan kualitas lembaga pendidikan. Kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan menjadi suatu keniscayaan untuk menciptakan institusi yang handal dan mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin global. Dengan fokus pada pelayanan yang baik, lembaga pendidikan dapat membangun reputasi positif, menarik lebih

banyak peserta didik, dan memastikan keberlanjutan serta pertumbuhan di masa depan. Pelanggan memiliki fungsi yang unik dalam menentukan mutu layanan yang diterima dari lembaga pendidikan, namun mencapai kepuasan pelanggan tidaklah mudah karena setiap individu memiliki kebutuhan dan harapan yang berbeda. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus berupaya memahami aspek-aspek yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan, seperti mengumpulkan umpan balik melalui survei, memberikan pelatihan kepada staf untuk meningkatkan keterampilan pelayanan, melibatkan orang tua dan masyarakat dalam pengambilan keputusan, serta secara rutin memantau dan mengevaluasi kualitas layanan. Dengan memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan ini, lembaga pendidikan dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Izzulka & Laksono, 2022).

Ini berarti terdapat pentingnya pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan sangat tepat. Pelayanan yang baik adalah kunci untuk menciptakan pengalaman positif bagi siswa dan orang tua, dan berperan besar dalam menentukan kualitas lembaga pendidikan. Dalam lingkungan yang semakin kompetitif, lembaga pendidikan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya akan lebih mungkin untuk bertahan dan berkembang. Dari pernyataan diatas, Hal ini benar, karena pengalaman siswa dan orang tua sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi mereka dengan staf dan pengajar. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan menciptakan lingkungan belajar yang positif.

Hal ini mencerminkan pemahaman yang baik tentang pentingnya pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan. untuk mencapai tujuan tersebut, lembaga pendidikan perlu mengembangkan pendekatan yang lebih terstruktur dalam memahami dan merespons kebutuhan pelanggan. Ini mencakup pelatihan staf, pengumpulan umpan balik yang lebih mendalam, serta fleksibilitas dalam layanan yang ditawarkan. lembaga pendidikan tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan dalam lingkungan yang kompetitif.

Sebagaimana dalam hasil penelitian Arafah, Zakariyah, & Chrysoekamto (2020) menyatakan bahwa “untuk mencapai kepuasan pelanggan/peserta didik terlihat dari relevansi antara harapan dan keinginan serta komunikasi yang terjalin harmonis oleh pihak sekolah dengan stakeholders merupakan cara yang jitu dalam membentuk factor ketercapaian yang pelanggan butuhkan (Zakariyah & Chrysoekamto, 2020). Secara keseluruhan, tak dapat terelakkan bahwa yang menjadi faktor pertimbangan ialah kebutuhan populer/mayoritas yang lebih diutamakan”.

Pernyataan ini menarik karena menggarisbawahi pentingnya relevansi antara harapan, keinginan peserta didik, dan komunikasi yang harmonis antara sekolah dan para pemangku kepentingan (stakeholders) sebagai kunci untuk mencapai kepuasan pelanggan. elemen yang penting seperti relevansi harapan dan komunikasi, kritik terhadapnya mencakup potensi risiko terlalu fokus pada kebutuhan mayoritas, tantangan dalam mencapai konsensus, dilema antara popularitas dan kualitas, serta pentingnya menjaga misi pendidikan yang lebih besar daripada sekedar memenuhi kepuasan jangka pendek dari peserta didik dan stakeholders.

Dalam Sonia (2021), Stackpole menyatakan bahwa “Dengan kepuasan pelanggan (customer satisfaction) dalam konteks pendidikan akan menghasilkan loyalitas pelanggan pendidikan (customer loyalty) (Sonia, 2021). loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan yang diukur dengan frekuensi penggunaan kembali (re-use) sebuah jasa.

Kepuasan tersebut juga dapat diamati dengan cara ketika pelanggan jasa menganjurkan atau bahkan mendesak orang lain untuk mengonsumsi jasa tersebut”.

Dari pernyataan Stackpole, maka hal ini juga menekankan bahwa untuk mencapai loyalitas pelanggan, lembaga pendidikan harus memprioritaskan kepuasan. Pendekatan TQM yang berfokus pada perbaikan berkelanjutan, penglibatan semua pihak, dan pemenuhan harapan pelanggan sangat sejalan dengan ide ini. Jika lembaga pendidikan berhasil menciptakan pengalaman positif yang berkelanjutan, siswa dan orang tua akan lebih cenderung untuk tetap memilih lembaga tersebut. Ini menunjukkan bahwa kepuasan langsung berkontribusi pada retensi pelanggan. Kusno, Rusdarti, Rokhman, & Sutarto (2020), dalam hasil penelitiannya menyebutkan: “The TQM analysis on customer satisfaction is in the high category. It means that customers and internal and external stakeholders are satisfied with the school quality and education” (Kusno et al., 2021).

Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan TQM untuk membangun kerja sama tim merupakan bagian penting dalam peningkatan kualitas sekolah, yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan secara berkelanjutan. Hasil dari penelitian ini juga memberikan gambaran bahwa implementasi Total Quality Management (TQM) di sekolah telah berhasil menciptakan kepuasan yang tinggi di kalangan pelanggan (siswa, orang tua) serta pemangku kepentingan internal (guru, staf) dan eksternal (masyarakat, pemerintah, industri).

Lembaga pendidikan dikatakan bermutu apabila telah memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Mengingat pentingnya peran sekolah di tengah masyarakat, lembaga pendidikan dituntut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam memberikan pendidikan yang berkualitas. Dengan memenuhi harapan tersebut, sekolah tidak hanya berkontribusi pada pengembangan individu, tetapi juga pada kemajuan sosial dan ekonomi komunitas secara keseluruhan.

Selain itu, ini berarti pentingnya kepuasan pelanggan dalam TQM, terutama dalam konteks pendidikan. Dengan menekankan hubungan antara kepuasan, loyalitas, dan rekomendasi, lembaga pendidikan dapat menggunakan prinsip-prinsip TQM untuk menciptakan pengalaman positif yang berkelanjutan. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun komunitas yang loyal, yang penting untuk keberlangsungan dan pertumbuhan lembaga pendidikan dalam lingkungan yang kompetitif (Aryanto, 2016).

Meskipun penting untuk memperhatikan kepuasan pelanggan dalam pendidikan, kualitas pendidikan yang sebenarnya harus mencakup aspek yang lebih luas. Sekolah yang bermutu bukan hanya tentang memenuhi harapan masyarakat, tetapi juga tentang memberikan pendidikan yang membentuk siswa menjadi individu yang kritis, kreatif, dan mampu beradaptasi dengan tantangan masa depan.

Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dalam Pendidikan

Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang memerlukan komitmen, baik dari segi dana maupun sumber daya manusia. Layanan yang baik akan berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan. Dengan berfokus pada kualitas layanan dan memenuhi harapan pelanggan, lembaga pendidikan dapat membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan, yang sangat penting untuk pertumbuhan dan keberlanjutan institusi. Program perbaikan kualitas layanan harus dilakukan secara terus-menerus dan fokus terhadap pelanggan, karena unsur-unsur yang terdapat dalam kualitas selalu mengalami perubahan. Dalam dunia pendidikan yang dinamis, kebutuhan dan harapan pelanggan dapat berubah seiring waktu, sehingga lembaga pendidikan perlu beradaptasi untuk tetap relevan. Dengan pendekatan yang proaktif dan responsif terhadap umpan balik, lembaga dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memastikan bahwa layanan yang diberikan selalu memenuhi standar kualitas yang diharapkan (Izzulka & Laksono, 2022).

Meningkatkan kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks pendidikan, adalah upaya penting bagi institusi seperti sekolah, universitas, atau lembaga kursus. Pelanggan dalam pendidikan dapat mencakup siswa, orang tua, dan bahkan perusahaan atau komunitas yang bekerja sama dengan lembaga tersebut. Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, hal ini berfokus pada upaya memastikan bahwa siswa merasa puas dengan layanan dan pengalaman yang diberikan oleh lembaga pendidikan, yang mengarah pada hasil yang lebih baik bagi siswa dan lembaga itu sendiri.

Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, mengingat pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Dengan memahami bahwa kepuasan pelanggan berkontribusi pada keberhasilan proses pendidikan, sekolah dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan siswa, orang tua, dan masyarakat. Inisiatif ini tidak hanya akan meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga menciptakan lingkungan belajar yang lebih baik, yang pada akhirnya akan menghasilkan lulusan yang lebih kompeten dan siap menghadapi tantangan di masa depan. Lembaga pendidikan berfungsi sebagai agen perubahan, namun selalu dihadapkan pada permasalahan ketidakpastian akibat perkembangan zaman dan teknologi. Ketidakpastian ini membuat mekanisme kerja di lembaga pendidikan secara teknologis sulit untuk dipastikan, karena kondisi input dan lingkungan yang selalu berubah. Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu mengembangkan fleksibilitas dan inovasi dalam proses pembelajaran serta manajemen, agar dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dan tetap relevan dalam memenuhi kebutuhan siswa dan masyarakat.

Gitosudarmo dalam Bakhri & Putra (2024, p.37) Lembaga pendidikan adalah suatu instansi yang berisi kegiatan untuk memuaskan dan melayani konsumen, yaitu murid, mahasiswa, dan juga masyarakat umum yang dikenal sebagai "stakeholder" (Bakhri & Putra, 2024). Dalam konteks ini, lembaga pendidikan tidak hanya bertanggung jawab untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga untuk memenuhi harapan dan kebutuhan berbagai pihak yang terlibat. Dengan demikian, perhatian terhadap kepuasan stakeholder menjadi kunci dalam menciptakan lingkungan belajar yang efektif dan berkelanjutan. Lembaga pendidikan juga berkewajiban memberikan pelayanan yang memadai, karena pelanggan yang dilayani menginginkan kepuasan dari layanan tersebut. Pelanggan, dalam hal ini, adalah murid, mahasiswa, dan orang tua yang membayar untuk

pendidikan yang mereka terima, sehingga mereka berhak menuntut apa yang pantas mereka dapatkan sesuai dengan harga yang dibayarkan. Harga menjadi tolak ukur besar kecilnya kepuasan pelanggan terhadap suatu produk pendidikan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu memastikan bahwa kualitas layanan dan pengalaman belajar yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas para stakeholder.

Stakeholder tidak hanya membeli fisik dari produk sekolah, tetapi juga mempertimbangkan manfaat dan nilai dari produk tersebut. Oleh karena itu, pengelola lembaga pendidikan harus merencanakan dengan baik nilai-nilai apa yang akan diberikan dan manfaat apa saja yang akan diterima oleh stakeholder. Hal ini penting agar lembaga pendidikan tetap mendapatkan kepercayaan masyarakat dan stakeholder. Salah satu cara untuk mempertahankan kepercayaan tersebut adalah dengan melakukan perbaikan secara berkelanjutan (*continuous improvement*), baik dari aspek fisik maupun non-fisik. Dengan fokus pada peningkatan kualitas layanan, kurikulum, dan pengalaman belajar, lembaga pendidikan dapat menciptakan lingkungan yang bermutu dan terjamin kualitasnya, sehingga dapat memenuhi harapan stakeholder dan berkontribusi positif terhadap perkembangan masyarakat.

Dapat dimaksudkan agar lembaga pendidikan terus mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan stakeholder. Salah satu cara untuk menjaganya adalah dengan terus melakukan pembenahan, baik dari aspek fisik maupun nonfisik, agar menjadi lembaga pendidikan yang bermutu dan terjamin. Dengan meminta masukan dari stakeholder dan menerapkan perubahan berdasarkan saran mereka, lembaga pendidikan dapat memastikan bahwa mereka telah memenuhi kebutuhan dan harapan stakeholder. Hal ini juga membantu meningkatkan hasil dan tingkat kepuasan siswa. Selain itu, peningkatan berkelanjutan dapat membantu lembaga pendidikan untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin ramai.

Kepuasan Pelanggan sebagai Pengukuran Mutu Pendidikan

TQM adalah gaya manajemen yang berpusat pada kualitas yang mencari kesuksesan jangka panjang melalui kepuasan pelanggan dan memberi manfaat bagi semua anggota organisasi dan masyarakat. TQM dibangun berdasarkan keterlibatan semua anggotanya. Salah satu konsep atau teknik yang digunakan untuk meningkatkan mutu pengajaran di lembaga pendidikan adalah Total Quality Management (TQM). Salah satu faktor terpenting dalam mencapai tujuan pendidikan yang paling sukses adalah TQM. Banyak faktor, termasuk guru, staf, siswa, kurikulum, proses belajar mengajar, dukungan keuangan, manajemen, dan masih banyak lagi, yang akan mempengaruhi seberapa baik pendidikan ditingkatkan.

Hal ini penting tentang bagaimana TQM dapat diterapkan dalam konteks pendidikan untuk meningkatkan kualitas pengajaran dan pencapaian tujuan pendidikan secara keseluruhan. Dengan Pendekatan TQM yang berpusat pada kualitas dan kepuasan pelanggan sangat relevan dalam pendidikan, di mana "pelanggan" dapat diartikan sebagai siswa, orang tua, dan masyarakat. Dengan menerapkan prinsip ini, lembaga pendidikan dapat fokus pada menciptakan pengalaman belajar yang efektif, relevan, dan berkelanjutan.

Selain itu, Sohel-Uz-Zaman (2016) secara tepat menyebutkan bahwa keberhasilan pendidikan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas guru, kurikulum, proses belajar-mengajar, dan dukungan manajemen. Pendekatan TQM membantu mengintegrasikan faktor-faktor ini ke dalam kerangka kerja holistik, sehingga

memungkinkan lembaga untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kelemahan dengan cara yang sistematis.

Secara keseluruhan, penerapan TQM dalam pendidikan bukan hanya relevan tetapi juga penting untuk memastikan bahwa lembaga pendidikan dapat menjawab tantangan di era modern. Dari hal ini mendorong komitmen kolektif terhadap peningkatan kualitas, menjadikan lembaga pendidikan lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan para pemangku kepentingannya.

Pengukuran Total Quality Management (TQM) adalah proses untuk menentukan seberapa baik sebuah organisasi menggunakan prinsip-prinsip TQM dan mencapai tujuan kualitasnya. Menerapkan Total Quality Management (TQM) pada pendidikan berarti melakukan upaya untuk meningkatkan standar pengajaran secara menyeluruh, mulai dari administrasi lembaga pendidikan hingga proses belajar mengajar.

Kepuasan pelanggan dalam pendidikan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja layanan pendidikan yang diterima dengan harapan yang dimiliki. Menurut Kotler (2015), kepuasan pelanggan terjadi ketika kinerja layanan memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka. Dalam konteks ini, siswa dan orang tua berperan sebagai "pelanggan" yang menilai kualitas pendidikan yang diberikan. Jadi, suatu institusi pendidikan disebut bermutu apabila antara pelanggan internal dan eksternal telah terjalin kepuasan atas jasa yang diberikan.

Ririn (2011) menyebutkan bahwa untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kualitas produk. Pelanggan cenderung merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Dalam konteks lembaga pendidikan, kualitas produk dapat mencakup berbagai aspek, seperti kurikulum, metode pengajaran, fasilitas, dan layanan yang diberikan. Dengan memastikan bahwa semua aspek ini memenuhi standar kualitas yang tinggi, lembaga pendidikan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun reputasi yang baik di mata masyarakat.

Pernyataan ini, memberikan perspektif menarik terkait pentingnya kualitas produk dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yang dapat diterapkan dalam konteks pendidikan. Kepuasan pelanggan (dalam pendidikan, pelanggan dapat diartikan sebagai siswa, orang tua, atau masyarakat) memang dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas layanan pendidikan. Misalnya, siswa atau orang tua akan merasa puas jika mereka melihat peningkatan akademik, keterampilan, atau keberhasilan karir siswa di masa depan.

Termasuk juga Pengelola lembaga pendidikan harus memahami bahwa kepuasan pelanggan penting, tetapi tidak boleh menjadi satu-satunya tujuan. Mereka perlu menjaga keseimbangan antara kepuasan pelanggan dengan peningkatan kualitas pendidikan yang objektif dan berkelanjutan. Pernyataan Ririn (2011) relevan dalam pendidikan, karena kualitas layanan pendidikan berperan besar dalam membangun kepuasan pelanggan. Untuk itu, lembaga pendidikan perlu berfokus pada peningkatan kualitas di semua aspek dari proses belajar-mengajar hingga hasil lulusan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dan tetap kompetitif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat modern.

Konsep ini juga berkaitan jika dikaitkan dengan konsep sekolah unggul, karena sekolah unggul secara langsung berorientasi pada penyediaan layanan pendidikan berkualitas tinggi untuk memenuhi kepuasan pelanggan, baik siswa, orang tua, maupun masyarakat.

Dimensi-dimensi keunggulan sebagai ciri sekolah unggul, adalah sebagai berikut:

1. Masukan (input) adalah proses seleksi siswa yang dilakukan secara ketat dengan menggunakan kriteria tertentu dan prosedur yang dapat dipertanggungjawabkan. Kriteria tersebut meliputi: (1) prestasi belajar yang unggul, diukur melalui angka rapor, Nilai Ebtanas Murni (NEM), dan hasil tes prestasi akademik; (2) skor dari psikotes yang mencakup aspek inteligensi dan kreativitas; (3) tes fisik, jika diperlukan.
2. Sarana dan prasarana yang mendukung kebutuhan belajar siswa serta menyalurkan minat dan bakat mereka, baik dalam kegiatan kurikuler maupun ekstrakurikuler.
3. Lingkungan belajar yang mendukung pertumbuhan potensi unggul menjadi nyata, baik dari segi fisik maupun sosial-psikologis.
4. Guru dan tenaga kependidikan yang terlibat harus memiliki keunggulan dalam penguasaan materi, metode pengajaran, dan komitmen terhadap tugas. Oleh karena itu, perlu disediakan insentif tambahan berupa uang atau fasilitas lain seperti perumahan.
5. Kurikulum perlu diperkaya melalui pengembangan dan improvisasi maksimal, sesuai dengan kebutuhan belajar siswa yang memiliki kecepatan dan motivasi lebih tinggi dibandingkan teman sebayanya.
6. Waktu belajar yang lebih lama dibandingkan sekolah lain, sehingga diperlukan asrama untuk mendukung pembinaan dan menampung siswa dari berbagai lokasi. Di kompleks asrama, harus ada fasilitas untuk menyalurkan minat dan bakat, seperti perpustakaan, alat olahraga, kesenian, dan lainnya.
7. Proses belajar mengajar harus berkualitas dan hasilnya harus dapat dipertanggungjawabkan kepada siswa, lembaga, dan masyarakat.
8. Sekolah unggul tidak hanya memberikan manfaat bagi siswa di dalamnya, tetapi juga harus memiliki dampak sosial bagi lingkungan sekitarnya.
9. Keunggulan sekolah terletak pada perlakuan tambahan di luar kurikulum nasional, melalui pengembangan kurikulum, program pengayaan, pengajaran remedial, layanan bimbingan dan konseling yang berkualitas, serta pembinaan kreativitas dan disiplin.

Kepuasan pelanggan memiliki makna yang beragam. Kepuasan tidak selalu diukur dengan uang, tetapi lebih didasarkan pada pemenuhan perasaan tentang apa yang dibutuhkan seseorang. Kartono menyatakan bahwa uang tidak selalu menjadi motif primer bagi seseorang; kebanggaan dan minat yang besar terhadap sesuatu dapat memberikan kepuasan tersendiri. Kepuasan juga dapat dipandang sebagai suatu perbandingan antara apa yang dibutuhkan dengan apa yang diperoleh. Seseorang akan merasa puas jika perbandingan tersebut cukup adil. Ketidakseimbangan dalam perbandingan, terutama yang merugikan, akan menimbulkan ketidakpuasan. Sebaliknya, ketidakseimbangan yang dinilai menguntungkan akan memberikan kepuasan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu memahami harapan dan kebutuhan stakeholder untuk menciptakan pengalaman yang memenuhi ekspektasi mereka, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan pelanggan, di mana semua yang dibutuhkan dapat diterima sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Makin tinggi kapasitas kebutuhan yang terpenuhi, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Seperti yang telah disebutkan, jika mutu adalah keinginan untuk

memuaskan, sedangkan kepuasan adalah rasa senang atau kecewa atas kinerja suatu produk atau jasa, maka ada hubungan signifikan antara mutu jasa dan tingkat kepuasan. Ketika mutu jasa yang diberikan memenuhi harapan pelanggan, hal ini akan menghasilkan penerimaan dan kepuasan. Sebaliknya, jika mutu jasa tidak memenuhi ekspektasi, akan menimbulkan penolakan atau ketidakpuasan. Dengan demikian, lembaga pendidikan harus fokus pada peningkatan mutu layanan dan produk yang mereka tawarkan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan yang baik dengan stakeholder.

SERVQUAL dan Respon Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami selama proses pemberian pelayanan. Di bidang jasa, kepuasan pelanggan menjadi keharusan agar perusahaan tetap sukses. Keunggulan suatu jasa sangat bergantung pada keunikan dan kualitas yang ditawarkan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan jasa tersebut. Salah satu cara untuk membedakan sebuah pelayanan jasa dari yang lainnya adalah dengan memberikan pelayanan yang memiliki kualitas lebih tinggi secara konsisten dibandingkan pesaing. Dengan fokus pada peningkatan kualitas dan keunikan layanan, lembaga pendidikan dapat menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi para stakeholder, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.

Dalam lanskap pendidikan yang kompetitif, kualitas layanan merupakan penentu utama keberhasilan. Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Pelanggan adalah penilai utama untuk tingkat kualitas pelayanan suatu institusi. Memposisikan institusi pendidikan sebagai industri jasa, lembaga tersebut harus memenuhi standar mutu. Dalam konsep Total Quality Management (TQM), institusi dapat disebut bermutu jika memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan. Secara operasional, mutu ditentukan oleh dua faktor: terpenuhinya spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya dan terpenuhinya spesifikasi yang diharapkan oleh pengguna jasa. Mutu pertama disebut *quality in fact* (mutu sesungguhnya), sedangkan yang kedua disebut *quality in perception* (mutu persepsi). Standar mutu produksi dan pelayanan diukur dengan kriteria sesuai dengan spesifikasi, cocok dengan tujuan pembuatan dan penggunaan, tanpa cacat (*zero defect*), dan selalu baik sejak awal (*right first time and every time*) (Wibisono, 2018).

Dengan fokus pada kedua aspek mutu tersebut, lembaga pendidikan dapat meningkatkan reputasi dan kepuasan pelanggan, serta memastikan keberlanjutan dan keberhasilan dalam kompetisi di bidang pendidikan. Mutu dalam persepsi diukur dari kepuasan pelanggan atau pengguna, meningkatnya minat, harapan dan kepuasan pelanggan. Dalam penyelenggaraannya, *quality in fact* merupakan profil lulusan institusi pendidikan yang sesuai dengan kualifikasi tujuan pendidikan, yang berbentuk standar kemampuan dasar berupa kualifikasi akademik minimal yang dikuasai peserta didik. Sedangkan *quality in perception* pendidikan adalah kepuasan pelanggan dan bertambahnya minat pelanggan eksternal terhadap lulusan institusi pendidikan.

Dari pernyataan Wibisono (2018), ini menggambarkan dua dimensi mutu dalam pendidikan, yaitu mutu faktual (*quality in fact*) dan mutu persepsi (*quality in perception*). Mutu faktual berfokus pada kualifikasi akademik minimal yang harus dicapai peserta didik,

yaitu standar kemampuan yang telah ditetapkan oleh institusi pendidikan sesuai dengan tujuan Pendidikan. Dalam praktiknya, institusi pendidikan harus terus memperbarui standar kualifikasi akademik sesuai perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kebutuhan dunia kerja agar lulusan tetap relevan. Sedangkan Mutu persepsi mengacu pada bagaimana pelanggan atau pengguna, seperti siswa, orang tua, masyarakat, dan dunia kerja, merasakan dan menilai kualitas lulusan institusi pendidikan. Dimana Kepuasan Pelanggan, baik internal (siswa dan orang tua) maupun eksternal (industri dan masyarakat), menjadi indikator penting dari mutu persepsi ini.

Pernyataan Wibisono (2018) menekankan bahwa mutu pendidikan tidak hanya soal pencapaian hasil belajar yang terukur, tetapi juga tentang bagaimana pelanggan merasakan dan menilai kualitas tersebut (Wibisono, 2018). Institusi pendidikan yang sukses adalah yang mampu menjaga keseimbangan antara mutu faktual dan mutu persepsi, sehingga dapat memenuhi kebutuhan internal dan eksternal serta tetap relevan di masyarakat.

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak digunakan sebagai acuan riset pemasaran adalah model *Sevqual* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Zeithaml, Berry, serta Parasuraman. Menurut Muhammad Tajuddin dkk dalam *Servqual* merupakan perbandingan antara apa yang seharusnya ditawarkan dan apa yang disediakan. Terdapat dua hal penting yang dikembangkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu 1) sistem informasi untuk keperluan manajemen dan motivasi karyawan, 2) sistem informasi yang digunakan untuk menyebarkan nilai (*value*) bermanfaat bagi para pelanggan sistem informasi.

Metode *Servqual* merupakan sebuah metode yang umum dipakai untuk mengatur tingkat kualitas layanan pada bidang pemasaran dengan menemukan gap antara harapan dan persepsi penggunaan layanan. Dalam pendidikan, *Servqual* dapat menjadi alat penting untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan pendidikan dengan mengidentifikasi kesenjangan yang ada. mengenai *Servqual* sangat relevan dalam bidang pendidikan sebagai metode untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan. Dengan menganalisis gap antara harapan dan persepsi, lembaga pendidikan dapat memahami kebutuhan pelanggan, fokus pada perbaikan yang tepat, dan meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan.

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh David Wijaya terdapat 5 dimensi pengukuran yang digunakan pada metode *Servqual* yang dikenal dengan istilah *RATER* dan dapat diterapkan dalam dunia pendidikan, yaitu:

- a) Keandalan adalah kemampuan sekolah dalam memberikan layanan pendidikan sesuai dengan janji, dengan ketepatan dan kepercayaan yang tinggi.
- b) Jaminan mencakup pengetahuan, sikap sopan, dan keterampilan staf sekolah dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap layanan pendidikan, termasuk aspek komunikasi, kepercayaan, keamanan, kompetensi, dan etika.
- c) Bukti Fisik merujuk pada kemampuan sekolah untuk memperlihatkan eksistensinya kepada pihak luar.
- d) Empati berarti sekolah dapat memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, dengan memahami kebutuhan dan keinginan mereka.
- e) Daya Tanggap adalah kebijakan dalam memberikan layanan pendidikan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.

Menurut Hidayat (2020), RATER memegang peran krusial dalam kepuasan pelanggan. Pelayanan yang maksimal menempati posisi pertama dalam penentuan kepuasan pelanggan, diikuti oleh kualitas produk, sementara harga menjadi faktor terakhir. Kepuasan pelanggan adalah hasil dari dua faktor, yaitu faktor situasi dan faktor personal. Dari kepuasan pelanggan ini, muncul loyalitas pelanggan. Dalam dunia pendidikan, loyalitas dapat terlihat dari orang tua yang secara aktif menyekolahkan anak-anak mereka di tempat yang sama, atau dari alumni yang membentuk ikatan alumni dan secara aktif merekomendasikan sekolah tersebut kepada keluarga, kerabat, teman, dan tetangga untuk menyekolahkan anak-anak mereka di lembaga itu. Dengan memahami pentingnya faktor-faktor ini, lembaga pendidikan dapat meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan, sehingga dapat membangun loyalitas yang kuat di kalangan orang tua dan alumni.

Hidayat & Huda (2020) menyebutkan, pentingnya RATER dalam kepuasan pelanggan menyoroti bahwa layanan prima memainkan peran utama dibandingkan dengan kualitas produk dan harga. Dalam konteks pendidikan, analisis ini dapat dikaitkan dengan bagaimana layanan pendidikan memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan (siswa, orang tua, masyarakat). Selain itu juga pengalaman langsung siswa dan orang tua selama proses belajar-mengajar sering menjadi faktor penentu kepuasan. Misalnya, interaksi guru yang hangat, pelayanan administrasi yang cepat, atau komunikasi yang terbuka dapat membuat pelanggan lebih puas dibandingkan hanya dengan hasil akademik (produk).

Dari kelima dimensi tersebut merupakan pilar utama untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Dalam konteks pendidikan, pelayanan maksimal tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga membangun loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan dan reputasi lembaga pendidikan. Ketika kelima aspek ini dikelola dengan baik, kepuasan pelanggan akan meningkat, sehingga mendorong loyalitas terhadap institusi pendidikan tersebut.

Kepuasan pelanggan dalam pendidikan tidak hanya sekadar hasil akhir berupa pencapaian akademik siswa, tetapi juga mencakup berbagai aspek layanan yang diberikan oleh institusi pendidikan. Pelayanan yang berkualitas mencakup proses belajar-mengajar, fasilitas yang memadai, keterampilan tenaga pendidik, hingga pengalaman siswa selama menempuh pendidikan. Kepuasan orang tua siswa memiliki kaitan yang sangat erat dengan harapan orang tua siswa atas kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh sekolah. Kepuasan orang tua siswa tidak ditentukan semata-mata oleh pengajaran siswa dan pengalaman belajar siswa, melainkan juga ditentukan dengan pengalaman siswa secara keseluruhan sebagai pelanggan dari sekolah tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan indikator utama dalam menilai keberhasilan institusi pendidikan di Indonesia. Dengan memberikan pelayanan maksimal, memperbaiki fasilitas, meningkatkan kompetensi guru, dan berinovasi melalui teknologi, institusi pendidikan dapat memenuhi harapan pelanggan sekaligus membangun loyalitas jangka panjang. Dalam konteks persaingan global, fokus pada kepuasan pelanggan tidak hanya meningkatkan mutu pendidikan, tetapi juga memperkuat daya saing sumber daya manusia Indonesia di masa depan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya kepuasan pelanggan sebagai indikator utama mutu pendidikan dalam konteks Total Quality Management (TQM). Kepuasan pelanggan, yang meliputi siswa, orang tua, dan masyarakat, menjadi tolok ukur utama keberhasilan lembaga pendidikan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Melalui penerapan TQM, fokus pada perbaikan kualitas layanan secara berkelanjutan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, reputasi lembaga, dan loyalitas pelanggan. Dengan memperhatikan dimensi kepuasan pelanggan dan berkomitmen pada perbaikan berkelanjutan, lembaga pendidikan dapat menciptakan kualitas pendidikan yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga relevan dengan kebutuhan zaman. Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga pendidikan yang mengutamakan kepuasan pelanggan dan menerapkan prinsip-prinsip TQM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar pendidikan. Selain itu, peningkatan kepuasan pelanggan dapat menghasilkan alumni yang lebih loyal dan terlibat, serta menciptakan hubungan positif antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Hal ini tidak hanya berdampak pada keberlangsungan lembaga, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan kualitas pendidikan secara keseluruhan, sehingga dapat memenuhi tuntutan dan harapan masyarakat yang terus berkembang. Dengan demikian, penelitian ini memberikan dasar bagi lembaga pendidikan untuk menginvestasikan sumber daya dalam upaya peningkatan mutu layanan dan kepuasan pelanggan sebagai strategi jangka panjang.

BIBLIOGRAFI

- Aryanto, M. F. (2016). Pengaruh Education Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Canadian English Course. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember*.
- Bakhri, S., & Putra, A. D. E. S. (2024). Analisis Tangible, Reability dan Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan Pendidikan (Studi Kasus Layanan di MA Negeri 1 Lamongan). *Journal of Islamic Education Leadership*, 4(1), 34–52.
- Darifah, U. H. (2016). Konsep Total Quality Management Edward Sallis dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Online Thesis*, 10(1).
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v3i1.80>
- Hota, P., Nayak, B., & Sarangi, P. (2020). *WITHDRAWN: Integration of total quality management principles to enhance quality education in management institutions of odisha*. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.10.129>
- Izzulka, I. F., & Laksono, T. A. (2022). Total Quality Manajemen (TQM) Perbaikan Mutu Pendidikan melalui Kepuasan Pengguna Jasa Pendidikan. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 4(3), 3959–3969.
- Kusno, K., Rokhman, F., Rusdarti, R., & Sutarto, J. (2021). The Implementation of Total Quality Management (TQM) Model at State Senior High Schools in Semarang. *6th International Conference on Science, Education and Technology (ISET 2020)*, 80–83. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211125.017>
- Marmoah, S. (2019). Implementasi total quality management (TQM) di pendidikan dasar. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 33(1), 520234. <https://doi.org/10.21009/PIP.331.5>

- Noorkhalis, M., Aslamiah, A., & Suriansyah, A. (2023). Implementation of integrated quality management in elementary schools. *International Journal of Social Science And Human Research*. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i1-32>
- Salman, R. J. K. (2016). *Supply Chain Management Dan Strategic Process Sebagai Bentuk Implikasi Total Quality Management Guna Meningkatkan Kinerja Operasional Perusahaan*.
- Sonia, N. R. (2021). Total Quality Management dalam Lembaga Perguruan Tinggi. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 125–139. <https://doi.org/10.21154/sajiem.v2i1.47>
- Vebriyani, V., Hanik, E. U., Mubarak, I. S. H., Sudarto, L. R., & Nikmah, I. (2021). Implementasi Total Quality Management (TQM) Pendidikan dalam Tantangan Globalisasi di Sekolah Indonesia Kuala Lumpur (SIKL). *JEID: Journal of Educational Integration and Development*, 1(3), 195–209. <https://doi.org/10.55868/jeid.v1i3.95>
- Wibisono, D. (2018). Analisis kualitas layanan pendidikan dengan menggunakan integrasi metode servqual dan QFD. *Sosio E-Kons*, 10(1), 56–74.
- Wijaya, C., Aziza, S., & Hasanah, W. (2019). Pelanggan dan Kepuasan. *SABILARRASYAD: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Kependidikan*, 4(2), 16–25. <https://doi.org/10.46576/jsa.v4i2.726>
- Zakariyah, Z., & Chrysoekamto, R. (2020). Kualitas Pelayanan Pendidikan Islam dalam Mencapai Kepuasan Pelanggan/Peserta Didik diI MTS Pacet Mojokerto. *INOVATIF: Jurnal Penelitian Pendidikan, Agama, Dan Kebudayaan*, 6(2), 1–19.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).