

## BAB IV

### ANALISIS MANAJEMEN PENDIDIKAN MUTU TERPADU DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN QS. AS-SYU'ARA' AYAT 181-183 MENURUT M. QURAIISH SHIHAB DALAM TAFSIR AL-MISBAH

#### A. Prinsip Kepuasan Pelanggan Manajemen Mutu Terpadu Dalam Perspektif Al-Qur'an Qs. As-Syua'ra Ayat 181-183 Menurut M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah.

##### A. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan berasal dari bahasa latin, yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup jadi produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk dan jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen pada tingkat cukup.<sup>1</sup> Sedangkan pelanggan adalah seseorang atau kelompok yang menerima produk atau jasa layanan.<sup>2</sup>

Sedangkan menurut Gasperz memberikan beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu :<sup>3</sup> Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung kepada kita, tetapi kita yang tergantung padanya. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya. Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi

---

<sup>1</sup> Handi, Irawan D, *Prinsip Kepuasan Pelanggan* ,Jakarta: Gramedia, 2002, hal, 61.

<sup>2</sup> Muhammad Fatthurrohman dan Sulistyorini, *Implementasi Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan Islam*, Yogyakarta : Teras, 2012, hal, 98.

<sup>3</sup> Gasperz, Vincent, *Manajemen Kualitas*, Jakarta : PT Gramedia Oustaka Utama, 1997 hal, 33.

dengan pelanggan. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang tidak dapat dihapuskan. Sedangkan kothler mengemukakan bahwa Kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan dengan kinerja (hasil) suatu produk dan jasa terhadap harapan - harapannya.<sup>4</sup>

Konsep mengenai apa sebenarnya kepuasan pelanggan banyak telah dinyatakan oleh para pakar. Nasution<sup>5</sup> mengutip Tse dan Wilton menyatakan bahwa kepuasan atau ketidak puasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau *diskormasi* yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Sedangkan Kotler sebagaimana dikutip oleh Nasution<sup>6</sup> menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Yamit menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya.<sup>7</sup> Adapun pengguna atau pelanggan layanan

---

<sup>4</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prehallindo, 2002, hal, 146.

<sup>5</sup> M. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor : PT Ghalia Indonesia, 2004), hal 104.

<sup>6</sup> *Ibid.* hal 104.

<sup>7</sup> Zalian, Yamit, *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*, Yogyakarta: FE UII Yogyakarta, 2005, hal, 78.

pendidikan dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu: <sup>8</sup> Pertama, pengguna atau pelanggan internal. Terdiri dari guru, pustakawan, laboran, teknisi dan tenaga administrasi. Adapun jenis pelanggan yang kedua adalah pelanggan eksternal. Pelanggan eksternal meliputi pelanggan primer yaitu siswa, pelanggan sekunder yaitu orang tua dan pelanggan tertier adalah penerima lulusan. Konsep mengenai apa sebenarnya kepuasan pelanggan banyak telah dinyatakan oleh para pakar. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian /diskormasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>9</sup> Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Sebagai suatu

---

<sup>8</sup>Mujamil Qamar, *Manajemen Pendidikan Islam*, Bandung: Erlangga, 2007, hal, 200.

<sup>9</sup> Ibid, hal 104.

tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.<sup>10</sup>

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat dipenuhi melalui produk yang dikonsumsi.<sup>11</sup>

Dari beberapa definisi pelanggan di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwasannya pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa kita untuk memenuhi tuntutan kebutuhan mereka, dan kita membutuhkan mereka untuk dapat menjalankan lembaga atau badan yang kita kelola. Kepuasan pelanggan adalah respon emosional setelah melalui serangkaian evaluasi yang sebagian bersifat rasional dan emosional.<sup>12</sup>

Kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi dimana kondisi terakhir yang diterima oleh pelanggan dari produk yang ia dapat, sesuai dengan yang ia harapkan dari produk tersebut. Apabila dikaitkan dengan lembaga pendidikan, maka dapat apa yang didapatkan oleh masyarakat pengguna lembaga pendidikan kita, sesuai dengan apa yang ia harapkan dari lembaga pendidikan tersebut.

### **1. Prinsip kepuasan Pelanggan**

Prinsip kepuasan pelanggan pendidikan Islam, prinsip ini menekankan pada pencarian secara konsisten terhadap perbaikan yang

---

<sup>10</sup> Ibid., hal 104.

<sup>11</sup> Mizan Sya'roni, *Studi Tentang Implementasi Prinsip-Prinsip Manajemen Mutu Terpadu Di SMK Wali songo Pecangaan*, Tesis UNISNU Jepara, Thn 2016, hal 40.

<sup>12</sup> Handi, Loc, cit hal 84.

berkelanjutan untuk mencapai kebutuhan dalam manajemen pendidikan mutu terpadu. Strategi yang dikembangkan dalam penggunaan manajemen mutu dalam dunia pendidikan adalah institusi pendidikan memosisikan dirinya sebagai institusi jasa atau dengan kata lain menjadi industri jasa. Yakni institusi yang memberikan pelayanan (service) sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan (customer)<sup>13</sup>.

Prinsip merupakan suatu pegangan hidup yang diyakini seseorang mampu membantu dirinya mencapai tujuan hidup yang diinginkan atau diprogramkan. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, prinsip adalah asas kebenaran yang menjadi pokok dasar dalam berfikir, bertindak, dan sebagainya. Prinsip akan hancur jika ada unsur-unsur luar yang tidak sehaluan dengan tujuannya.<sup>14</sup>

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari perusahaan atau lembaga pendidikan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang

---

<sup>13</sup> Abdul basyit, *Implementasi Manajemen Mutu Pendidikan Islam*, Tangerang: Jurnal Kordinat vol XVII no 1, Universitas Muhamadiyah tangerang, 2018 hal 199.

<sup>14</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet. 3 (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 761.

terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk pesaing.

Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan atau produk seseorang (dalam hal ini adalah output lembaga pendidikan), maka pelangganlah yang menentukan kualitas suatu produk atau output. Karena mutu suatu produk adalah tergantung dari tingkat kepuasan pelanggan di dalam menggunakan produk tersebut. Bila dihubungkan dengan lembaga pendidikan Islam, maka bermutu atau tidaknya lembaga pendidikan tersebut, tergantung kepada puas atau tidaknya masyarakat yang menjadi konsumen lembaga pendidikan itu.

Beberapa unsur penting dalam kualitas yang ditetapkan pelanggan, yaitu :<sup>15</sup> Pelanggan harus merupakan prioritas utama organisasi, pelanggan yang dapat diandalkan merupakan pelanggan yang paling penting, yaitu pelanggan yang membeli berkali-kali, dan kepuasan pelanggan dijamin dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan perbaikan terus-menerus.<sup>16</sup> Sedangkan Kepuasan pelanggan terhadap lembaga pendidikan dapat dilihat dari peran serta

---

<sup>15</sup>Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana *Total Quality Management*, Yogyakarta : Penerbit Andi Offset, 1995, 106.

<sup>16</sup>Nasution, M.N, *Manajemen Jasa Terpadu*, hal, 122.



aktifnya dalam menyumbangkan pikiran maupun dana tanpa adanya paksaan dari pengelola lembaga pendidikan tersebut.

Kualitas dan kepuasan konsumen berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat kepada perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan<sup>17</sup>

Untuk mengukur kepuasan pelanggan, seringkali pelanggan memiliki empat skenario jasa yang berbeda dalam benaknya mengenai apa yang bakal dimilikinya yaitu:<sup>18</sup>

- a. Jasa Ideal
- b. Jasa yang diantisipasi/ diharapkan
- c. Jasa yang selayaknya diterima
- d. Jasa minimum yang dapat ditoleransi.

---

<sup>17</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana *Total Quality Management*, 68.

<sup>18</sup> Nasution, M.N, *Manajemen Jasa Terpadu*, hal,127.

Kepuasan Pelanggan dapat diharapkan dari keempat scenario tersebut. Harapan membentuk kepuasan apabila jasa minimum yang dapat ditoleransi ternyata sama atau bahkan melampaui harapan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi harapan adalah kebutuhan pelanggan, janji, dan pengalaman masa lalu.<sup>19</sup> Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting, karena puas atau tidaknya pelanggan sangat mempengaruhi maju mundurnya suatu usaha yang berorientasi pelanggan. Ada tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan berdasarkan kombinasi antara emosi spesifik terhadap penyedia jasa, ekspektasi menyangkut kapabilitas kinerja masa depan pemasok jasa dan minat berperilaku untuk memilih lagi penyedia jasa bersangkutan, tipe tersebut adalah:<sup>20</sup>

a) *Demanding customer satisfaction*, merupakan tipe kepuasan yang aktif, relasi dengan penyedia jasa diwarnai emosi positif, terutama optimisme dan kepercayaan. Berdasarkan pengalaman positif dimasa lalu, pelanggan dengan tipe kepuasan ini berharap bahwa penyedia jasa bakal mampu memuaskan ekspektasi mereka yang semakin meningkat di masa depan, selain itu mereka bersedia meneruskan relasi yang memuaskan dengan penyedia jasa sehingga loyalitas akan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam meningkatkan kinerjanya seiring dengan tuntutan pelanggan.

---

<sup>19</sup> Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Jakarta: PT Perhalindo, 117.

<sup>20</sup> Jurnal Tim dosen administrasi Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, hal, 341.



b) *Stable customer satisfaction* yaitu pelanggan yang memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang demanding. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan steadiness dan trust dalam relasi yang terbina saat ini, dimana mereka menginginkan segala sesuatunya tetap sama. Berdasarkan pengalaman positif yang telah terbentuk, mereka bersedia melanjutkan relasi dengan penyedia jasa.

c) *Resigned customer satisfaction*, pelanggan pada tipe ini merasa puas namun bukan diakibatkan pemenuhan ekspektasinya namun lebih didasarkan pada kesan tidak realistis, perilakunya cenderung pasif cenderung tidak bersedia melakukan berbagai upaya dalam menuntut perbaikan.

d) *Stable customer dissatisfaction*, pelanggan tidak puas terhadap kinerja penyedia jasa namun cenderung tidak melakukan apa-apa. Relasi dengan penyedia jasa diwarnai emosi negatif dan asumsi ekspektasi mereka di masa datang tidak akan terpenuhi, dan tidak melihat adanya peluang untuk perubahan dan perbaikan.

e) *Demanding customer dissatisfaction* bercirikan tingkat aspirasi aktif dan perilaku demanding, pada tingkat emosi ketidakpuasan menimbulkan protes dari oposisi, mereka aktif menuntut perbaikan. Situasi ketidakpuasan terjadi setelah pelanggan menggunakan produk atau mengalami jasa yang dibeli dan

merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan. Ketidakpuasan dapat menimbulkan sikap negative terhadap merek maupun produsen/penyedia jasanya, berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek dan berbagai perilaku komplain.<sup>21</sup>

Secara umum dapat dikatakan bahwa timbulnya ketidakpuasan dari konsumen dikarenakan

- a. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan yang dialaminya.
- b. Ketidakpuasan dalam pelayanan selama proses menikmati jasa.
- c. Perilaku personil kurang memuaskan.
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang.
- e. Cost terlalu tinggi, karena jarak, waktu dan harga terlalu tinggi.
- f. Promosi tidak sesuai dengan kenyataan.

Prinsip utama pada fokus pelanggan di dalam teori manajemen mutu terpadu terdapat empat prinsip utama:

- a. Kualitas didefinisikan oleh pelanggan bukan penyuplai misalnya pelajaran seharusnya sesuai dengan tujuan.

---

<sup>21</sup> Ibid hal, 341.

- b. Sekolah seharusnya dekat dengan pelanggan, sehingga mereka memenuhi kebutuhan mereka, misal pengarahan konsultasi orang tua harus disesuaikan dengan waktu orang tua dari pada waktu guru.
- c. Sekolah yang bermutu tahu pelanggannya dan mengambil kesempatan untuk mencari tahu kebutuhan-kebutuhan dan kesukaan-kesukaan mereka, misal sekolah melaksanakan survai terhadap orang tua atau siswa terhadap aspek kehidupan sekolah.
- d. Kepuasan konsumen bisa ditentukan dengan momen kebenaran (*moment of truth*) yang memberikan contoh-contoh mutu baik atau buruk. Mutu tercakup dalam pengalaman-pengalaman pelanggan daripada penyedia layanan.<sup>22</sup>

Berdasarkan surat As-Syu'araa' ayat 181-183 dalam Tafsir Al-Misbah menurut M. Quraish Shihab menjelaskan:

\* أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ  
 الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ  
 مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

. Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;

Setelah Nabi Syu'aib as. menasehati kaumnya, mereka seakan-akan bertanya: Apakah yang harus kami lakukan?" Beliau menjawab:

<sup>22</sup> Mizan Sya'roni, loc cit , hal 45

*"Sempurnakanlah takaran dan yang ditakar bila kamu menakar untuk orang lain, sebagaimana kamu menakar untuk diri kamu sendiri, dan janganlah kamu termasuk salah seorang anggota kelompok yang dikenal luas sebagai orang-orang yang merugikan diri sendiri akibat merugikan orang lain; dan di samping itu timbanglah untuk diri kamu dan untuk orang lain dengan timbangan tepat yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada barang-barangnya, yakni hak-haknya, dengan mengurangi kadar atau nilainya dan janganlah kamu membuat kejahatan di bumi dengan menjadi perusak-perusak dalam bentuk apa pun sesudah perbaikannya yang dilakukan Allah atau juga oleh manusia<sup>23</sup>*

Sempurnakanlah takaran dan jangan menjadi salah seseorang anggota kelompok orang-orang yang merugikan diri sendiri akibat merugikan orang lain. Disamping itu, timbanglah untuk diri sendiri kamu dan untuk orang lain dengan timbangan yang lurus . Dan janganlah merugikan orang lain menyangkut hak-haknya dengan mengurangi kadar atau nilai sesuatu dan jangan juga membuat kejahatan di bumi dengan menjadi perusak-perusak dalam bentuk apa pun sesudah perbaikannya yang dilakukan Allah atau juga oleh manusia

---

<sup>23</sup> Shihab M. Quraish, *Tafsir AL-Misbah*, Pesan, kesan dan keserasian al-Qur'an, Jakarta: lentera Hati, hal 331.



Kata (تبخسوا) *tabkhasu/kamu kurangi* terambil dari kata (بخس) *bakhs* yang berarti *kekurangan akibat kecurangan*. Ibn 'Arabi, sebagaimana dikutip oleh Ibn' Asy'ur, mendefinisikan kata ini dalam arti pengurangan dalam bentuk dengan larangan yang bersifat lebih luas dan mencakup larangan yang lalu, yaitu tidak mengurangi/mengambil hak orang lain, baik dalam bentuk mengurangi timbangan maupun mencuri harta mereka, atau menipu, merampok, atau mengurangi hak yang seharusnya diterima seseorang. Selanjutnya, beliau melareang dengan larangan menyuruh sehingga mencakup segala macam kejahatan, baik yang berkaitan dengan diri sendiri, orang lain, binatang, maupun lingkungan.<sup>24</sup>

Perilaku mereka sebagaimana yang disebutkan dalam surah al-A'raf dan surah Huud, adalah mengurangi timbangan dan takaran. Mereka sering mengambil lebih lebih banyak dari jatah hak mereka dengan cara memenuhi dan melebihi timbangn bagi mereka. Sedangkan, kalau mereka menimbang untuk orang lain, mereka menguranginya. Mereka membeli dengan harga yang murah, namun menjual dengan harga mahal.

Tampaknya negeri mereka sering dilewati oleh *kafilah* dagang sehingga mereka memegang kendali atasnya. Rasul mereka menyeru mereka untuk berperilaku adil dan seimbang dalam perdagangan itu, karena akidah yang benar diikuti dengan perilaku yang baik pula. Dan,

---

<sup>24</sup> Shihab M. Quraish Ibid, hal 332.



akidah itu tidak bisa menutup mata dari kebenaran dan keadilan dalam interaksi antara manusia.<sup>25</sup>

Manajemen mutu mempunyai makna ukuran, kadar, ketentuan dan penilaian tentang kualitas sesuatu barang maupun jasa (produk) yang mempunyai sifat absolut dan relatif. Dalam pengertian yang absolut, mutu merupakan standar yang tinggi dan tidak dapat diungguli. Biasanya disebut dengan istilah baik, unggul, cantik, bagus, mahal, mewah dan sebagainya.<sup>26</sup> Jika dikaitkan dengan konteks pendidikan, maka konsep mutu pendidikan adalah elit, karena hanya sedikit institusi yang dapat memberikan pengalaman pendidikan dengan mutu tinggi kepada anak didik. Dalam pengertian relatif, mutu memiliki dua pengertian. Pertama, menyesuaikan diri dengan spesifikasi. Kedua, memenuhi kebutuhan kepuasan pelanggan.<sup>27</sup>

Mutu dalam pandangan seseorang terkadang bertentangan dengan mutu dalam pandangan orang lain, sehingga tidak aneh jika ada pakar yang tidak mempunyai kesimpulan yang sama tentang bagaimana cara menciptakan institusi yang baik. Manajemen mutu adalah ilmu atau seni yang mengatur tentang proses pendayagunaan sumber daya manusia maupun sumber-sumber lainnya yang mendukung pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. berdasarkan ukuran, kadar, ketentuan

---

<sup>25</sup> Quth Sayyid, *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an*, hal 367.

<sup>26</sup> Edward Sallis, *Total Quality Management in Education*, hal, 29-30.

<sup>27</sup> Edward Sallis, *Total Quality Management in Education* hal, 54.

dan penilaian tentang kualitas sesuatu barang maupun jasa (produk) sesuai dengan kepuasan pelanggan.<sup>28</sup>

## **B. Implikasi Manajemen Pendidikan Mutu Terpadu Berdasarkan Tafsir Al-Misbah Surat As-Syu'ara' Ayat 181-183 Menurut M. Quraish Shihab.**

### **1. Fokus Pada Pelanggan/Konsumen**

Fokus pada konsumen prinsip mengutamakan kepuasan dan memenuhi harapan pelanggan Usaha mewujudkan kepuasan pelanggan bahwasannya para pelanggan pada hakekatnya adalah tamu yang harus dihormati, sebagaimana disebutkan di dalam salahsatu hadis:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ  
الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ جَارَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ  
الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ

[رواه البخاري ومسلم]

*Dari Abu Hurairah radhiyallahu anhu, sesungguhnya Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa Sallam telah bersabda : “Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaklah ia berkata baik atau diam, barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaklah ia memuliakan tetangga dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaklah ia memuliakan tamunya”. ( Bukhari no. 6018, Muslim no. 47)<sup>29</sup>*

<sup>28</sup> Edward Sallis, *Total Quality Management in Education*, hal, 29-30.

<sup>29</sup> Diriwayatkan oleh Ibnu Majah dalam *Sunannya*, *Kitab Adab Juz II, Bab Haqul Dhoif Maktabah Syamilah*.

Salah satu akhlak yang tidak bisa lepas dari tatanan kehidupan bermasyarakat yakni etika dalam memuliakan tamu. Memuliakan” dapat didefinisikan sebagai menganggap atau (memandang) mulia, (sangat) menghormati, menjunjung tinggi kepada orang lain.<sup>30</sup>

Jadi dapat diartikan memuliakan memuaskan pelanggan ialah memberikan sambutan yang baik, menghormati dan menjunjung tinggi kepada orang lain (pelanggan ) yang hadir dengan menampakkan kerelaan dan rasa senang atas kehadirannya, serta melakukan proses pelayanan atau penjamuan yang terbaik yang dimilikinya. Memuliakan tamu adalah kewajiban bagi semua muslim, dan bertamu itu merupakan ajaran agama Islam, kebiasaan para nabi dan orang-orang shalih. seorang muslim yang beriman kepada Allah dan hari akhir, sudah semestinya mengimani wajibnya memuliakan tamu, sehingga ia akan menempatkannya sesuai dengan kedudukannya.<sup>31</sup>

Hal ini menunjukkan bahwa perbuatan-perbuatan tersebut adalah perkara iman. Sebagaimana yang telah jelas bahwa amal perbuatan termasuk dari pada iman. Allah SWT memberitakan lewat lisan Rasul-Nya yang mulia, bahwa perkara memuliakan tamu berkaitan dengan kesempurnaan iman seseorang kepada Allah SWT dan hari akhir yang keduanya merupakan bagian dari rukun iman yang lima dan wajib diyakini oleh setiap pribadi muslim. Sehingga salah satu tanda

---

<sup>31</sup> Samsirin Universitas Darussalam Gontor samsirin\_pac@yahoo. com *Konsep Mutu dan Kepuasan Pelanggan dalam Pendidikan Islam*, Jurnal, vol 10 /1/2015, hal, 50

kesempurnaan iman seseorang bisa diketahui dari sikapnya kepada tamunya. Semakin baik ia menyambut dan menjamu tamu semakin tinggi pula nilai keimanannya kepada Allah SWT. Dan sebaliknya, manakala ia kurang perhatian (meremehkan) terhadap tamunya, maka ini pertanda kurang sempurnanya nilai keimanannya kepada Allah SWT. Perbuatan-perbuatan iman sendiri terkadang terkait dengan hak-hak Allah, seperti mengerjakan kewajiban-kewajiban dan meninggalkan hal-hal yang diharamkan. Dan termasuk dalam cakupan perbuatan-perbuatan iman, ialah berkata yang baik atau diam dari selainnya. Perbuatan-perbuatan iman juga terkadang terkait dengan hak-hak hamba Allah, misalnya memuliakan tamu, memuliakan tetangga, dan tidak menyakitinya. Ketiga hal itu diperintahkan kepada seorang mukmin, salah satunya dengan mengucapkan perkataan yang baik dan diam dari perkataan yang jelek, yakni berusaha untuk menghormati pelanggannya dalam bertutur kata sehari-hari.<sup>32</sup>

Dikarenakan memuliakan tamu adalah suatu syarat keimanan seseorang, maka sebagai pengelola lembaga pendidikan haruslah tanggap terhadap segala keinginan dan harapan pelanggan. Terutama pada masa sekarang, dimana persaingan antar lembaga pendidikan amatlah ketat. Maka performa suatu lembaga pendidikan berpengaruh besar untuk dapat menarik minat pelanggan, sehingga diperlukan suatu

strategi yang jitu untuk melakukan hal tersebut. Pada hakekatnya, strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan para pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu penyedia jasa (lembaga pendidikan).<sup>33</sup>

Berdasarkan surat As-Syu'araa' ayat 181-183 dalam Tafsir Al-Misbah menurut M. Quraish Shihab menjelaskan

*Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan*

Ayat ini menjelaskan bahwa orang yang beriman diperintahkan untuk mencukupkan takaran dan menimbang dengan betul. Hak orang lain jangan diambil serta jangan membuat kerusakan di muka bumi. Artinya pelanggan akan puas jika perusahaan/lembaga pendidikan tidak melakukan sesuatu yang merugikan pelanggan. Salah satunya adalah dengan meningkatkan jasa/pelayanan atau produk yang menyamai atau melebihi kebutuhan dan harapan pelanggan. Sehingga pelanggan dapat merasakan dua jenis kepuasan, yaitu kepuasan saat proses pembelian dan kepuasan menggunakan produk (kualitas). Dalam konsep Islam bahwa menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain merupakan penerapan nilai-nilai keimanan

---

<sup>33</sup> Samsirin Universitas Darussalam Gontor samsirin\_ Jurnal, vol 10 /1/2015, hal,



agar bernilai ibadah di sisi Allah SWT. dan mencari rahmat serta ridho-Nya.<sup>34</sup>

Dengan demikian pendidikan Islam harus memahami bahwa setiap produk pendidikan mempunyai pengguna (customer). Setiap anggota dari pendidikan Islam adalah pemasok (supplier) dan pengguna (customer). Pelanggan disini ada dua, yaitu pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Pelanggan internal meliputi orang tua siswa, siswa, guru, administrator, staff dan majlis sekolah. Pelanggan eksternal, seperti masyarakat, pemimpin perusahaan-industri, lembaga pemerintah, lembaga swasta, perguruan tinggi, dan lembaga keamanan. Pendidikan Islam akan dinilai berkualitas dan akan diminati jika pendidikan Islam mampu memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan baik internal maupun eksternal. Oleh karena itu pendidikan Islam dituntut untuk mempunyai pelayanan yang baik, manajemen yang transparan, terjalin komunikasi antara warga sekolah dan mampu mencetak peserta didik sesuai dengan konsep pendidikan Islam, yaitu peserta didik yang unggul dalam pengetahuan, keterampilan dan berakhlakul karimah.<sup>35</sup>

Sempurnakanlah takaran dan jangan menjadi salah seseorang anggota kelompok orang-orang yang merugikan diri sendiri akibat merugikan orang lain. Disamping itu, timbanglah untuk diri sendiri kamu dan untuk orang lain

---

<sup>34</sup> Sihab Quraish M, *Tafsir Al-Lubab*, hal, 707.

<sup>35</sup> Hidayat RAhmat dan Wijaya candra, *Ayat-ayat al- quran Tentang Manajemen Pendidikan Islam*, hal, 189.

dengan timbangan yang lurus . Dan janganlah merugikan orang lain menyangkut hak-haknya dengan mengurangi kadar atau nilai sesuatu dan jangan juga membuat kejahatan di bumi dengan menjadi perusak-perusak dalam bentuk apa pun sesudah perbaikannya yang dilakukan Allah atau juga oleh manusia.<sup>36</sup> yakni jika kalian menyerahkan sesuatu kepada manusia, maka sempurnakanlah timbangannya dan janganlah kalian mengurangi timbangannya dengan memberikannya secara kurang. Akan tetapi ambillah oleh kalian sebagaimana kalian memberi dan berikanlah oleh kalian sebagaimana kalian mengambil<sup>37</sup>

Jika dikaitkan dengan konteks pendidikan, maka konsep mutu pendidikan adalah elit, karena hanya sedikit institusi yang dapat memberikan pengalaman pendidikan dengan mutu tinggi kepada anak didik. Dalam pengertian relatif, mutu memiliki dua pengertian. Pertama, menyesuaikan diri dengan spesifikasi. Kedua, memenuhi kebutuhan pelanggan. Mutu dalam pandangan seseorang terkadang bertentangan dengan mutu dalam pandangan orang lain, sehingga tidak aneh jika ada pakar yang tidak mempunyai kesimpulan yang sama tentang bagaimana cara menciptakan institusi yang baik peningkatan mutu pendidikan merupakan salah satu pilar pokok dalam membangun pendidikan di Indonesia, karena jika pendidikan sudah bermutu, maka

---

<sup>36</sup> Sihab Quraish M, *Tafsir Al-Lubab*, op, cit hal, 708.

<sup>37</sup> Fida Al-Hifiz *Ibn Katsir Al-Dimisqi, Tafsir AL- Qur'an*, hal 47.

akan menghasilkan sumber daya manusia yang cerdas dan kompetitif.

38

Maka dari itu, dalam konteks manajemen peningkatan mutu pendidikan Islam, sesuatu dikatakan bermutu jika memberikan kebaikan, baik kepada dirinya sendiri (lembaga pendidikan itu sendiri), kepada orang lain (stakeholder dan pelanggan). Maksud dari memberikan kebaikan tersebut adalah mampu memuaskan pelanggan. Mengenai manajemen mutu terpadu, seperti konsep Edward Sallis yang mengatakan bahwa manajemen mutu terpadu adalah sebuah filosofi tentang perbaikan secara terus-menerus, yang dapat memberikan seperangkat alat praktis kepada setiap institusi pendidikan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan kepuasan para pelanggannya, saat ini dan untuk masa yang akan datang.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Hidayat RAhmat dan Wijaya candra, hal,189.

<sup>39</sup>Edward Sallis, *Total Quality Management in Education*, hal 73.