

BAB II

DESKRIPSI TEORI

A. Kualitas Layanan Sekolah

1. Pengertian Strategi

Kata 'strategi' berasal dari bahasa Yunani "strategos" yang berarti jenderal atau panglima, sehingga strategi diartikan sebagai ilmu kejenderalan atau ilmu kepanglimaannya. Strategi dalam pengertian kemiliteran ini berarti cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk mencapai tujuan perang.¹³

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia arti kata strategi yaitu: "Ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu di perang dan damai; Ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh di perang, dikondisi yang menguntungkan"¹⁴. Strategi juga adalah seni mengelola kebijakan khusus sesuai dengan kebutuhan tertentu. Jadi, "Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus"¹⁵

Pengertian strategi menurut Stephanie K. Marrus seperti yang dikutip oleh Sukristono, "Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan

¹³ Gulo, W. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Grasindo, 2008. Hal.1

¹⁴ <http://www.KamusBahasaIndonesia.org>

¹⁵ <http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/index.php>

tersebut dapat dicapai”¹⁶

“Strategi merupakan pola umum rentetan kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Dikatakan pola umum, sebab suatu strategi pada hakekatnya belum mengarah kepada hal-hal yang bersifat praktis, suatu strategi masih berupa rencana atau gambaran menyeluruh. Sedangkan, untuk mencapai tujuan, memang strategi disusun untuk tujuan tertentu. Tidak ada suatu strategi, tanpa adanya tujuan yang harus dicapai”¹⁷.

Dari defenisi tersebut di atas dapat kita simpulkan, bahwa ‘strategi’ adalah suatu proses penentuan rencana yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus yang berfokus pada tujuan jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.

2. Pengertian Kualitas

Pengertian atau makna atas konsep kualitas telah diberikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan definisi-definisi yang berbeda pula namun memiliki persepsi yang sama dalam penegrtiannya. Goesth dan Davis yang dikutip Tjiptono, mengemukakan bahwa kualitas diartikan “sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”¹⁸. Menunjukkan

¹⁶ Syaiful Bahri Djamarah & A.Zain, *Strategi Belajar Mengajar*. (Jakarta : Rineka Cipta, 2006). Hal. 5

¹⁷ Tim Pengembang Ilmu Pendidikan FIP – UPI, *Ilmu & Aplikasi Pendidikan Bagian.2*. (Imperial Bhakti Utama, 2007). Hal. 167

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hal 51

bahwa kualitas suatu barang akan senantiasa mengalami perubahan seiring dengan kebutuhan dan tuntutan lingkungan.

Kemudian Triguno juga mengungkapkan hal yang senada tentang kualitas, yang dimaksud dengan kualitas adalah, “Suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa”.¹⁹ Pengertian kualitas tersebut menunjukkan bahwa kualitas itu berkaitan erat dengan pencapaian standar yang diharapkan.

Berbeda dengan Lukman yang mengartikan, bahwa kualitas adalah “sebagai janji pelayanan agar yang dilayani itu merasa diuntungkan”.²⁰ lebih condong pada kualitas pelayanan jasa. Kemudian Ibrahim melihat bahwa kualitas itu “sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit maupun implisit”.²¹ Bahwa kualitas juga merupakan sebuah strategi pelayanan dalam berbisnis.

Pengertian yang lebih rinci tentang kualitas diberikan oleh Tjiptono, setelah melakukan evaluasi dari definisi kualitas beberapa pakar, kemudian Tjiptono menarik 7 (tujuh) definisi yang sering dikemukakan terhadap konsep kualitas, definisi-definisi kualitas menurut Tjiptono tersebut,

¹⁹ Triguno, *Budaya Kerja*, (Jakarta: Golden Terayon Press, 2007), hal 76

²⁰ Sampara Lukman, *Manajemen Kualitas Pelayanan*, (Jakarta : STIA LAN Press, 2000), hal 11

²¹ Ibrahim, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Penerbit Andi offset, 2007), hal 1

adalah sebagai berikut:

- a. Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan
- b. Kecocokan untuk pemakaian
- c. Perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan
- d. Bebas dari kerusakan atau cacat
- e. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat
- f. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal
- g. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.²²

Dari pengertian tersebut tampak bahwa, disamping kualitas itu menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terus menerus dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan oleh perusahaan sehingga dapat memuaskan pelanggan.

2. Pengertian Layanan

Pelayanan merupakan terjemahan dari istilah *service* dalam bahasa Inggris yang menurut Kotler yang dikutip Tjiptono, yaitu berarti “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.²³ Kemudian Sutopo dan Sugiyanti mengemukakan bahwa pelayanan mempunyai pengertian sebagai “membantu menyiapkan (atau mengurus) apa yang diperlukan

²² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, (Yogyakarta : Andi Offset, 2004), hal 2

²³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, (Yogyakarta : Andi Offset, 2004), hal 6

seseorang”.²⁴

Pada prinsipnya konsep pelayanan memiliki berbagai macam definisi yang berbeda menurut penjelasan para ahli, namun pada intinya tetap merujuk pada konsepsi dasar yang sama. Menurut Sutedja pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.²⁵ Pelayanan tersebut meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga wajar dan bersaing.²⁶

Menurut Jusuf Suit dan Almasdi, untuk melayani pelanggan secara prima kita diwajibkan untuk memberikan layanan yang pasti handal, cepat serta lengkap dengan tambahan empati dan penampilan menarik.²⁷ Sedangkan menurut Gronroos (dalam Ratminto) pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.²⁸

Sebagai suatu produk, pelayanan (*service*) mempunyai sifat yang khas, yang menyebabkan berbeda dengan produk yang lain. Menurut Martiani pelayanan mempunyai lima sifat dasar sebagai berikut :

²⁴ Sutopo dan Sugiyanti, *Pelayanan Prima*, (Jakarta : Lembaga Administrasi RI, 2008), hal 25

²⁵ Wira Sutedja, *Panduan Layanan Konsumen*, (Jakarta: PT. Grasindo, Anggota IKAPI, 2007), hal 5

²⁶ Sunarto, *Manajemen Ritel*, (Yogyakarta: Penerbit Amus, 2007), hal 105

²⁷ Almasdi, dan Jusuf Suit, *Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Syiar Media, 2012), hal 88

²⁸ Ratminto dan Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hal 2.

- a. Tidak berwujud (*intangible*)
- b. Tidak dapat dipisah-pisahkan (*inseparability*)
- c. Berubah-ubah / beragam (*variability*)
- d. Tidak tahan lama (*perishability*)
- e. Tidak ada kepemilikan (*unownership*).²⁹

3. Pengertian Kualitas Layanan

Pengertian kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung.

Pengertian pokok kualitas pelayanan seperti yang dijelaskan diatas menunjukkan bahwa. Kualitas pelayanan adalah kualitas yang terdiri dari keistimewaan dari berbagai pelayanan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan atas pelayanan yang didapat tersebut. Berdasarkan definisi di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi

²⁹ Hadari Nawawi dan M. Martiani, *Kepemimpinan yang Efektif*, (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 2006), hal 1

kebutuhan dan harapan pelanggan.

4. Kualitas Layanan Sekolah

Sekolah merupakan organisasi yang bergerak dalam bidang jasa, sekolah memberikan layanan berupa layanan pendidikan kepada Pelanggannya sebagai pelanggan pendidikan. Jasa merupakan barang yang wujudnya tidak bisa dilihat, artinya jasa merupakan sesuatu yang abstrak tetapi bisa dirasakan oleh pelanggan terhadap apa yang diterimanya. Jasa merupakan kegiatan dan bukan benda, yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak dapat dilihat secara fisik, konsumen atau pelanggan terlibat aktif dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Pendidikan sebagai produk jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik dimana proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat yang tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.

Pendidikan merupakan produk yang berupa jasa, yang mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- 1) Lebih bersifat tidak berwujud dari pada berwujud (*moreintangible than tangible*).
- 2) Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*).

3) Kurang memiliki standar dan keseragaman (*less standardized and uniform*).

Seperti yang dikemukakan oleh Steinhof (Dalam Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, 2009) “*the raw material of services is people*”, bahan baku untuk menghasilkan jasa adalah orang, yang memiliki ciri khas berbeda antara satu dengan yang lainnya. Hal ini mendasari bahwa pelayanan jasa pendidikan antara satu dengan yang lainnya berbeda.³⁰

Jasa pendidikan diterima oleh pelanggan setelah pelanggan melakukan interaksi langsung dengan sekolah, dapat dikatakan pula keberhasilan penyelenggaraan pendidikan disekolah bergantung kepada kompetensi pendidikan dan tenaga pendidik, lokasi sekolah yang kondusif serta pelaksanaan proses pendidikan tersebut dilaksanakan.

Sekolah sebagai suatu organisasi harus memberikan layanan yang baik dan berkualitas bagi Pelanggannya, pemasaran yang dilakukan berusaha mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan peserta didik dalam penyelenggaraan pendidikan disekolah.

Sekolah merupakan salah satu organisasi non profit yang tidak hanya mencari laba semata, akan tetapi sebagai penyedia jasa yang harus memberikan layanan yang baik kepada Pelanggan. Pemasaran dalam penelitian ini merupakan kegiatan lembaga melayani Pelanggan dengan cara yang memuaskan.

³⁰ Tim Dosen Jurusan Administrasi Pendidikan. *Pengelolaan Pendidikan*. (Bandung: Jurusan Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, 2009).

5. Dimensi Layanan Sekolah

Untuk memperjelas bentuk layanan yang diberikan maka peneliti memberikan beberapa dimensi yang dijadikan tolak ukur layanan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan pendidikan.

Leonard Berry, A. Parasuraman, dan Valerie Zeithmal menemukan bahwa ada lima penentu kualitas jasa sesuai urutan tingkat kepentingan pelanggan sebagai berikut:

- a. Reliabilitas (reliability). Kemampuan lembaga pendidikan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- b. Daya Tanggap (responsiveness). Berkenan dengan kesediaan dan kemampuan untuk membantu pengguna jasa (siswa, stakeholder, dan masyarakat) dan merespon permintaan mereka dengan cepat.
- c. Jaminan (assurance). Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan respek terhadap peserta didik. Jaminan memiliki sifat dapat dipercaya, bebas dari bahaya dan keragu-raguan. Sebagaimana yang tercantum dalam pasal 28 Peraturan Pemerintah No.19 Tahun 2005, yang berisi tentang, “Pendidik harus memiliki kualifikasi akademik dan kompetensi sebagai agen pembelajaran, sehat jasmani dan ruhani, serta memiliki kemampuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional.”³¹ Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan pengguna jasa (siswa, stakeholder, dan masyarakat).

³¹ Depdiknas, *Standar Nasional Pendidikan*, (Jakarta : Peraturan Pemerintah No.19 Tahun 2005 Pasal 28), hal 95.

- d. Empati (empathy) Berarti bahwa lembaga pendidikan bersedia untuk peduli kepada pengguna jasa dan memberi perhatian pribadi kepada para pengguna jasa (siswa, stakeholder, dan masyarakat) dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e. Bukti Fisik (tangibles). Berhubungan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan / perlengkapan, personil dan materi komunikasi.³²

6. Produk Jasa Pendidikan

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.³³ Dalam jasa pendidikan, produk yang ditawarkan kepada siswa ialah reputasi, prospek, dan variasi pilihan. Sekolah yang baik menawarkan reputasi/mutu pendidikan yang tinggi, prospek bagi siswa setelah lulus, dan pilihan konsentrasi berbagai program yang bervariasi sehingga calon siswa dapat memilih bidang yang sesuai dengan bakat dan minat mereka.³⁴

Produk secara umum merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang fisik, jasa, organisasi, dan ide. Produk dari sekolah adalah jasa kependidikan yang dapat dirinci atas :

³² Fandy Tdiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2008), hal 95.

³³ Kotler, *Marketing Manajemen 10th Edition*, (Upper Suddle River : Prentice Hall. Inc), hal : 54.

³⁴ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah*, (Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2012), hal 390.

- a. Jasa kurikuler meliputi kurikulum, silabus umum (GBPP), rancangan bahan pembelajaran, penyajian bahan pembelajaran, dan evaluasi.
- b. Jasa penelitian, berupa berbagai penelitian dan hasilnya atau pengembangan kemampuan guru dalam meneliti dan membaca hasil penelitian.
- c. Jasa ekstrakurikuler, meliputi berbagai kegiatan pelayanan di luar jasa kurikuler, seperti kegiatan kesenian, olah raga, prakarya dan lain-lain.
- d. Jasa pengembangan kehidupan bermasyarakat, meliputi layanan untuk mengembangkan kemampuan para peserta didik untuk hidup bermasyarakat seperti mengobservasi kehidupan petani, pengusaha/perusahaan industry, mengunjungi rumah sakit, mengunjungi rumah-rumah ibadah, panti asuhan dan memberi bantuan dan lain-lain.
- e. Jasa administrasi/ketatausahaan, berupa layanan berbagai surat keterangan, surat pengantar bagi peserta didik, laporan hasil belajar.
- f. Jasa layanan khusus, berupa layanan bimbingan dan konseling, layanan perpustakaan, layanan usaha kesehatan sekolah, layanan kantin, dan layanan transportasi atau bus.³⁵

Produk jasa pendidikan hanya bisa dikonsumsi oleh konsumen, pada saat proses produksi berlangsung. Sementara, produk barang dan jasa lain, selain pendidikan, yang terlihat secara fisik biasanya diproduksi di pabrik

³⁵ Buchari Alma & Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2009), hal : 227.

atau di tempat-tempat tertentu, kemudian didistribusikan oleh distributor ke toko dan baru bisa dikonsumsi oleh konsumen. Pada bidang jasa pendidikan, faktor penyedia jasa pendidikan (orang) langsung berperan dalam proses produksi jasa tersebut.

7. Bentuk Layanan Pendidikan

Layanan yang ditawarkan lembaga dapat ditingkatkan melalui unsur kualitas jasa. Lembaga pendidikan merupakan organisasi yang memberikan pelayanan kepada stakeholder internal dan eksternal. Stakeholder internal terdiri dari semua lembaga di dalam sekolah (seperti yayasan, program studi, dan unit kegiatan siswa) dan para aktor yang berada di dalamnya (seperti siswa, guru, tata usaha, dan staf yang lain). Stakeholder eksternal terdiri dari alumni, orang tua siswa pemerintah dan masyarakat umum.

Keberhasilan sekolah diukur dari tingkat kepuasan pelanggan, baik internal maupun eksternal. Sekolah dikatakan berhasil jika mampu memberikan pelayanan sama atau melebihi harapan pelanggan, karena mereka sudah mengeluarkan budget cukup banyak pada lembaga pendidikan.

Sekolah pada dasarnya adalah untuk anak usia sekolah, sedangkan orang tua dan masyarakat sebagai penilai atau pemantau saja. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan penilaian atau pemantauan bisa dilakukan oleh siswa sendiri, karena mereka yang telah merasakan pendidikan secara langsung dan segala bentuk program studi yang dijalani sekolah.

Demi kepentingan pendidikan hendaknya sekolah mendesain segala hal yang berhubungan dengan kebutuhan siswa di sekolah sesuai dengan perkembangan zaman. Sekolah harus dapat menyediakan program layanan siswa yang mudah dicapai dan lengkap.

Bentuk layanan yang ada dalam lembaga pendidikan ada dua, diantaranya adalah:

a. Layanan Pokok. Dalam memenuhi kebutuhan siswa yang berhubungan dengan pelayanan siswa di sekolah, dalam menjalankan tugasnya kepala sekolah dibantu oleh para personil professional sekolah yang dipekerjakan pada system sekolah diantaranya adalah :

- 1) Personil pelayanan pengajaran, terdiri dari orang-orang yang bertanggung jawab pokoknya ialah mengajar, baik sebagai guru kelas, guru kegiatan ekstrakurikuler, tutor dan lain-lain.
- 2) Personil pelayanan admistrasi, meliputi mereka yang mengarahkan, memimpin dan mengawasi personil lain dalam oprasi sekolah serta bagian-bagiannya.
- 3) Personil pelayanan fasilitas sekolah, meliputi tenaga-tenaga di perpustakaan, pusat-pusat sumber belajar dan laboratorium bahasa; ahli-ahli teknik dan tenaga yang terlibat dalam fungsi mengajar atau fungsi melayani siswa.
- 4) Personil pelayanan murid atau siswa, meliputi pada spesialis yang tanggung jawabnya meliputi bimbingan dan penyuluhan, pemeriksaan psikologis dan kesehatan, nasehat medis dan

pengobatan, testing dan penelitian, penempatan kerja dan tindak lanjut, serta koordinasi kegiatan murid.

b. Layanan Bantu. Perubahan dinamika masyarakat yang cepat seperti yang kita alami saat ini, sekolah merupakan pemegang peranan penting, dengan memberikan banyak pelayanan yang diharapkan dari sekolah, antara lain adalah:

1) Pelayanan perpustakaan. Perpustakaan merupakan salah satu sarana pembelajaran yang dapat menjadi sebuah kekuatan untuk mencerdaskan bangsa. Perpustakaan mempunyai peranan penting sebagai jembatan menuju penguasaan ilmu pengetahuan. Perpustakaan memberi kontribusi penting bagi terbukanya informasi tentang ilmu pengetahuan.

2) Pelayanan gedung dan halaman sekolah. Dengan memelihara gedung sekolah secara sistematis dapat menghasilkan keuntungan yang besar bagi operasi sekolah. Hal ini dapat ditunjukkan dengan peningkatan pemeliharaan yang terus menerus untuk menjamin kondisi gedung sekolah yang paling baik. Sehingga dapat menciptakan suasana belajar yang nyaman, memajukan kesehatan dan keaman, melindungi barang-barang milik sekolah, dan memajukan citra masyarakat yang sesuai.

3) Pelayanan kesehatan dan keaman. Tujuan penting pendidikan di sekolah adalah kesehatan fisik dan mental, maka sekolah memperkenalkan program pendidikan jasmani dan kesehatan.

Maka perhatian sekolah diarahkan pada terciptanya kesehatan yang lebih baik dan lingkungan fisik yang lebih membantu bagi proses belajar.³⁶

Selain mengetahui layanan bantu, kita juga perlu mengetahui layanan dalam bidang bimbingan dan penyuluhan, ada empat pelayanan program kegiatan pokok, yaitu :

- a. Pelayanan pengumpulan data adalah usaha untuk memperoleh keterangan sebanyak-banyaknya dan selengkap-lengkapny tentang identitas diri individu siswa beserta lingkungannya.
- b. Pelayanan penyuluhan merupakan pelayanan terpenting dalam program bimbingan di sekolah, ini juga merupakan kesempatan bagi siswa untuk mendapat bantuan pribadi secara langsung didalam menanggulangi masalah dan kesulitan yang dihadapi pada suatu ketika, tetapi juga ditujukan untuk membantu seorang individu dalam mengubah dirinya menuju kedewasaan pengembangan diri.
- c. Pelayanan informasi dan penempatan adalah kegiatan dalam rangka program bimbingan dilakukan dengan cara memberikan keterangan-keterangan yang diperlukan oleh individu (siswa) untuk mengenal lingkungannya, terutama kesempatan-kesempatan yang ada didalam lingkungannya yang dapat dimanfaatkan, baik pada waktu kini maupun yang akan datang.

³⁶ Oteng Sutrisno, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung : Angkas, 2005), hal 65

d. Pelayanan penelitian dan penilaian, dalam program bimbingan di lembaga diartikan sebagai usaha untuk menelaah program pelayanan bimbingan yang telah dan sedang dilaksanakan untuk mengembangkan dan memperbaiki program bimbingan khususnya dan program-program lembaga bersangkutan pada umumnya.³⁷

Menurut Marzuki Mahmud, secara garis besar terdapat 5 layanan pendidikan, yaitu :

- a. Layanan informasi. Layanan informasi diberikan dalam bentuk lisan maupun tertulis. Informasi lisan dapat diperoleh melalui kontak langsung secara tatap muka, sedangkan informasi tertulis dapat diberikan melalui berbagai buku pedoman seperti : brosur, spanduk, pamflet, papan pengumuman, situs website dan lain-lain.
- b. Layanan sarana prasarana. Layanan sarana prasarana merupakan pemberian layanan dalam bentuk penyediaan sarana prasarana atau fasilitas fisik seperti : gedung sekolah, perpustakaan, laboratorium dan lain-lain.
- c. Layanan administrasi. Layanan administrasi meliputi pembayaran SPP dan pembuatan surat keterangan dan sebagainya.
- d. Layanan bimbingan. Layanan bimbingan diawali dengan program orientasi sekolah, bimbingan dalam mengatasi kesulitan-kesulitan khususnya kesulitan belajar dan juga masalah-masalah pribadi,

³⁷ M. Sulthon Masyhudi, *Manajemen Pondok Pesantren*, (Jakarta : Diva Pustaka, 2005), hal 139

bimbingan pendidikan dan pengajaran (KBM), dan bimbingan praktik keilmuan.

- e. Layanan pengembangan bakat dan minat serta keterampilan. Layanan pengembangan bakat dan minat serta keterampilan dilakukan melalui kegiatan ekstrakurikuler bagi siswa.
- f. Layanan kesejahteraan. Di antara bentuk pelayanan kesejahteraan kepada siswa adalah pemberian beasiswa kepada siswa yang berprestasi khususnya kalangan kurang mampu serta pemberian keringanan SPP.³⁸

B. Pelanggan Sekolah

1. Pengertian Pelanggan Sekolah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelanggan memiliki arti membeli atau menggunakan barang secara tetap. Menurut Greenberg (2010:8), pelanggan atau customer adalah individu atau kelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan melalui telepon, surat, dan fasilitas lainnya untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari perusahaan.³⁹

Pelanggan sekolah adalah orang-orang yang membeli dan memakai jasa layanan sekolah baik intern maupun ekstern oleh

³⁸ Marzuki Mahmud, *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*, (Jakarta : Pt RajaGrafindo Persada, 2012), hal 63-65.

³⁹ Edward Sallis, *Total Quality Manajemen in Education*, (London : Kogan Page Limited, 2003), hal 32.

sekolah, dimana orang ini bukan hanya sekali menggunakan jasa pendidikan di sekolah sekali melainkan secara berulang-ulang.⁴⁰

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan sekolah adalah individu atau kelompok yang membeli atau menggunakan sebuah produk atau jasa pendidikan secara tetap yang kemudian melakukan hubungan dengan sekolah untuk mendapatkan suatu layanan baru dari sekolah.

2. Macam-Macam Pelanggan Sekolah

Menurut Tjiptono dan Diana, pelanggan merupakan orang yang berinteraksi dengan sekolah setelah proses menghasilkan produk. Sedangkan pihak yang berinteraksi dengan sekolah sebelum tahap proses menghasilkan produk disebut sebagai pemasok. Berdasarkan pandangan tradisional pelanggan dan pemasok merupakan entitas eksternal.

Menurut Nasution, dalam bukunya Manajemen Mutu Pendidikan, mengidentifikasi macam-macam pelanggan dalam sistem kualitas modern, yaitu pelanggan internal dan pelanggan eksternal.⁴¹

- a. Pelanggan internal adalah antar pelaku pendidikan di dalam institusi itu sendiri, pelanggan internal memiliki kebutuhan yang berbeda dari sistem pendidikan. Pelanggan internal tersebut yaitu : Kepala Sekolah, Guru dan Karyawan. Staf lembaga pendidikan

⁴⁰ Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hal 102.

⁴¹ Nasution, *Manajemen Mutu Pelajaran*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010), hal

adalah pelanggan internal sekaligus penyedia jasa, dimana organisasi pendidikan berusaha untuk membuat mereka senang. Dengan memberikan pengelolaan yang jelas dan terstruktur, yaitu pelaksanaan pendidikan yang baik untuk siswa dan menyenangkan kelompok pelanggan berikutnya.

b. Pelanggan eksternal, yaitu pelanggan yang menentukan kualitas jasa yang disampaikan kepada mereka. Pelanggan eksternal meliputi :

- 1) Pelanggan primer, yaitu siswa. Pelanggan institusi pendidikan adalah siswa “membeli” produk pendidikan suatu institusi, dan produk tersebut bukan hanya ilmu sains saja, akan tetapi juga pembelajaran kepemimpinan, manajemen dan karakter.
- 2) Pelanggan sekunder adalah orang tua. Orang tua dari siswa jelas memiliki kepentingan dalam hasil dari pendidikan yang diberikan oleh sebuah institusi. Di sekolah negeri, orang tua telah membayar pajak mereka yang pada gilirannya membayar untuk sekolah dan orang tua benar-benar mengharapkan nilai terbaik yaitu, siswa meninggalkan sekolah dengan semangat dan keyakinan yang siap untuk dunia kerja.
- 3) Pelanggan Tersier adalah pasar kerja, pemerintah, dan masyarakat. Bagi masyarakat luas, pendidikan dikatakan berkualitas bila lulusannya tidak menimbulkan keributan. Bagi pemerintah, pendidikan dikatakan berkualitas apabila lulusan

pendidikan mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan social, dan keadilan social.⁴²

3. Sekolah Berorientasi Pelanggan

Hasil penelitian Bank Dunia tentang pelaksanaan otonomi pendidikan, menurut Syarief (2002) salah satunya ditemukan peran serta masyarakat sangat kecil dalam pengelolaan lembaga pendidikan (sekolah). Karena itu konsep MBS diharapkan dapat mengatasi berbagai masalah tersebut dan lembaga pendidikan diharapkan dapat lebih leluasa dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, serta makin bersemangat dalam membuat langkah-langkah inovasi.

Dengan demikian ada hal penting yang harus diperhatikan lembaga pendidikan pada era otonomi pendidikan sekarang ini, yaitu lembaga pendidikan harus berorientasi kepada para pelanggannya.

Kepuasan pelanggan dibangun atas dasar komitmen untuk mencapai tujuan pendiriannya melalui upaya-upaya memahami harapan pelanggannya. Hal ini dapat dilihat dari proses perencanaan hingga program-program yang dijalankan.

Dalam hal ini setiap orang menjadi target pemasaran bagi setiap lembaga pendidikan. Untuk itu lembaga pendidikan menawarkan pelayanan (*service*) berupa program-program dan fasilitas unggulan yang dibutuhkan pelanggan. Pelayanan (*service*) adalah produk atau

⁴² Edward Sallis, *Total Quality Manajemen in Education*, (London : Kogan Page Limited, 2003), hal 32.

jasa yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan menurut Hilman (Kompas, 2003) terdiri dari dua golongan, yaitu (1) siswa dan keluarganya, dan (2) masyarakat luas. Sekolah harus memberikan pelayanan bagi pelanggan golongan pertama (siswa dan keluarganya). Sementara pelayanan lembaga pendidikan bagi pelanggan golongan kedua (masyarakat luas) adalah berupa alumni/lulus sekolah yang bermutu dan mampu memberikan kontribusi positif kepada masyarakat.

Agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya, sekolah terlebih dahulu harus mengidentifikasi “kebutuhan dan keinginan” dari para pelanggannya, kemudian berusaha bersungguh-sungguh untuk memenuhinya.

Harapan pelanggan sangat bervariasi dan banyak, namun bukan berarti lembaga harus memenuhi semuanya. Lembaga harus memenuhi harapan pelanggan yang masuk skala prioritas. Cara menyusun prioritas tersebut adalah :

- a. Pihak lembaga pendidikan harus menyusun daftar pelayanan yang menjadi harapan pelanggan.
- b. Pihak lembaga pendidikan meminta kepada para pelanggan melalui wawancara atau angket untuk memilih pelayanan mana yang dinilai penting.

Komitmen lembaga pendidikan untuk melayani pelanggan dapat dilihat dari :

- a. Sarana dan prasarana yang disediakan
- b. Struktur organisasi
- c. Budaya yang dikembangkan.

Lembaga pendidikan juga harus memiliki budaya yang berorientasi pada pelanggan, arti budaya dalam hal ini adalah budaya kerja, budaya berorganisasi yang tumbuh dan berkembang berdasarkan nilai-nilai yang digali dari filosofi organisasi, misalnya budaya yang melayani, silaturrahi, proaktif, dan kerjasama.

Lembaga pendidikan yang berorientasi kepada pelanggan umumnya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Memiliki program bertujuan mengidentifikasi harapan pelanggan.
- b. Konsisten mengukur kepuasan pelanggan.
- c. Mendesain pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya.
- d. Berkomunikasi secara efektif.
- e. Memiliki profil personal yang proaktif.
- f. Ramah, melayani, antusias, ikhlas, dan amanah.
- g. Memiliki struktur organisasi yang mengakomodasi fungsi pelayanan pelanggan (*customer service*).
- h. Mengembangkan manajemen partisipatif.
- i. Memiliki pelanggan yang loyal.⁴³

⁴³ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010), hal 39

4. Kepuasan Pelanggan terhadap kualitas Pendidikan

Satori memberikan pengertian manajemen pendidikan dengan menggunakan istilah administrasi pendidikan yang diartikan sebagai “keseluruhan proses kerja sama dengan memanfaatkan semua sumber personil dan materil yang tersedia dan sesuai untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien”.⁴⁴

Nasution mendefinisikan administrasi pendidikan sebagai “proses keseluruhan semua kegiatan bersama dalam bidang pendidikan dengan memanfaatkan semua fasilitas yang tersedia baik personal, material maupun spiritual untuk mencapai tujuan pendidikan”.⁴⁵

Sedangkan Nawawi memandang Administrasi Pendidikan sebagai suatu proses atau kegiatan, yang selanjutnya dikemukakan bahwa “Administrasi Pendidikan adalah serangkaian kegiatan atau seluruh proses pengendalian usaha kerjasama sejumlah orang untuk mencapai tujuan pendidikan secara berencana dan sistematis yang diselenggarakan di lingkungan tertentu, terutama berupa lembaga pendidikan formal”.⁴⁶

Tilaar menyamakan istilah administrasi pendidikan dan manajemen pendidikan. Istilah manajemen pendidikan diartikan sebagai “suatu kegiatan yang mengimplikasikan adanya perencanaan

⁴⁴ Djam'an Satori, dkk, *Profesi Keguruan*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), hal 40

⁴⁵ M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*. (Jakarta: PT Ghalia Indonesia. 2004), hal 245

⁴⁶ Hadari Nawawi, *Organisasi Sekolah dan Pengelolaan Kelas*, (Jakarta : Gunung Agung. 2012), hal 11

dan rencana pendidikan serta kegiatan implementasinya”. Istilah manajemen ini disebut juga “pengelolaan”.⁴⁷

Konsep administrasi merujuk pada proses penyelenggaraan kegiatan yang melibatkan sumberdaya melalui usaha kerja sama untuk mencapai tujuan secara efektif dan efeasien.

Menurut Hoy dan Miskel ruang lingkup materi kajian administrasi pendidikan meliputi: 1) poses belajar mengajar, 2) struktur sekolah, 3) individu, 4) budaya dan iklim sekolah, 5) kekuasaan dan politik di sekolah, 5) lingkungan eksternal sekolah, 6) efektivitas dan kualitas sekolah, 7) pembuatan keputusan, 8) komunikasi, 9) kepemimpinan.⁴⁸

Kepuasan Pelanggan pada dasarnya termasuk kepada ranah manajemen peserta didik, akan tetapi pada perkembangan kajian administrasi pendidikan kepuasan Pelanggan juga merupakan bagian dalam pemasaran penddikan sebagaimana yang dijelaskan dalam buku manajemen pendidikan yang disusun oleh tim dosen administrasi pendidikan yang menyatakan bahwa kegiatan pemasaran pada dasarnya untuk memuaskan Pelanggan sebagai pelanggan jasa pendidikan.

Menurut Suhardan peserta didik harus mendapatkan layanan utama disekolah karena:

⁴⁷ H., A Tilaar, *Manajemen Pendidikan Nasional*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), hal 4

⁴⁸ Wayne K Hoy & Cecil G. Miskel, *Education Administration : Theory, Research, and Practice*, (Singapore : MC Graw Hill-Co, 2008), hal 32

- a. Peserta didik adalah orang yang memiliki kekuatan dalam bentuk kebebasan memilih lembaga pendidikan mana yang ia sukai, karena kecocokannya dengan keinginan, harapan dan kebutuhannya. Setiap sekolah yang mampu memberikan layanan terbaik sesuai dengan kebutuhan dan harapannya, sekolah tersebut akan memperoleh kunjungan peserta didik untuk mengikuti pembelajaran didalamnya
- b. Peserta didik adalah orang yang mempunyai pilihan untuk menempuh ilmu sesuai dengan cita-cita dan harapan maa depan. Sekolah yang dapat menyediakan disiplin ilmu sesuai dengan kebutuhannya dapat diyakini akan mendapatkan transaksi belajar Peserta didik adalah orang yang mempunyai kepribadian, tujuan, cita-cita hidup, dan potensi diri oleh karena itu ia tidak dapat diperlakukan semena- mena. Ia memiliki kekuatan untuk menetapkan sekolah mana yang dapat memenuhi kebutuhan pengembangan diri dan kepribadiannya
- c. Peserta didik adalah anak yang sedang tumbuh dan berubah, kebutuhannya hari ini belum tentu sama dengan kebutuhannya kemarin, implikasinya perlakuan yang diberikan dapat memperbaiki menyusul perubahan dan kemajuan yang diinginkannya. Perlakuan pada barang hari ini dan kemarin cenderung sama, tersimpan dan dapat digunakan dengan cara yang sama pula

- d. Peserta didik menuntut layanan individual dan kelompok, mereka membutuhkan dorongan semangat agar terjadi proses belajar aktif. Peserta didik menuntut perlakuan yang manusiawi. Sedangkan perlakuan terhadap barang bersifat statis, dan dikemas dalam kemasan yang sama. Barang tidak perlu mendapat “penghormatan” seperti halnya kepada seorang anak
- e. Peserta didik tumbuh dan berkembang, memperoleh kemajuan belajar menuntut evaluasi untuk diketahui perubahannya. Apa yang diperolehnya harus dipertahankan, dipelihara dan terus dikembangkan supaya tumbuh makin cerdas
- f. Peserta didik dalam pembelajaran tidak dapat disamakan dengan memproses barang. Peserta didik berinteraksi dan berkomunikasi dalam situasi pendidikan dengan pendidikannya. Peserta didik adalah individu yang aktif.⁴⁹

Menurut Sallis dilihat jenis pelanggannya, sekolah dikatakan berhasil jika:

- a. Pelanggan puas dengan layanan sekolah, antara lain puas dengan pelajaran yang diterimanya, puas dengan perlakuan oleh guru maupun pimpinan, puas dengan fasilitas yang disediakan oleh sekolah, pendek kata Pelanggan menikmati situasi sekolah
- b. Orang tua Pelanggan puas terhadap layanan yang diberikan kepada anaknya maupun layanan kepada orang tua, misalnya puas dengan

⁴⁹ Suhardan dkk, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal 107

menerima laporan periodik tentang perkembangan Pelanggan maupun program-program sekolah.

- c. Pihak pemakai/penerima lulusan puas karena menerima lulusan yang sesuai dengan harapan Guru dan karyawan puas dengan pelayanan sekolah. Misalnya pembagian kerja, hubungan antar personel sekolah, gaji dan sebagainya.⁵⁰

Masih menurut Sallis pelanggan dalam pendidikan dibagi dalam tiga bagian, pertama adalah pelanggan utama (Pelanggan), yang kedua adalah pelanggan kedua (orang tua) dan yang ketiga adalah pelanggan ketiga (pemerintah). Oleh karena kepuasan Pelanggan sebagai pelanggan utama sangat penting untuk diperhatikan oleh sekolah.⁵¹ Artinya ada pengelompokan pada pelanggan sehingga dapat dibedakan mana pelanggan yang utama (pelanggan yang mendapatkan perlakuan khusus) atau pelanggan yang tidak secara langsung berhubungan dengan instansi pendidikan.

C. Kualitas Layanan Jasa Pendidikan di Sekolah

1. Pengertian Standar Pelayanan

Standar pelayanan adalah tolok ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah,

⁵⁰ Edward Sallis, *Total Quality Management in Education*, (Yogyakarta : IRCiSoD, 2012), hal 122

⁵¹ Edward Sallis, *Total Quality Management in Education*, (Yogyakarta : IRCiSoD, 2012), hal 68

terjangkau, dan terukur.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor. 65 Tahun 2005, Standar pelayanan mengatur aspek input (masukan), process (proses), output (hasil) dan/atau manfaat. Input penting untuk distandarisasi karena kuantitas dan kualitas dari input pelayanan berbeda-beda antar daerah. Hal ini sering menyebabkan ketimpangan antar daerah. Standar proses pelayanan juga penting untuk diatur. Standar proses dirumuskan untuk menjamin pelayanan publik di daerah memenuhi prinsip-prinsip penyelenggaraan.

Menurut Agus Dwiyanto, prinsip-prinsip penyelenggaraan layanan meliputi transparan, non-partisipan, efisien dan akuntabel. Standar output pelayanan sangat penting diatur. Standar output dapat digunakan untuk menilai apakah sudah memenuhi standar yang telah ditetapkan atau belum. Penentuan standar output harus memperhatikan tujuan dan nilai yang ingin diwujudkan dalam penyelenggaraan layanan dan juga kapasitas yang dimiliki setiap daerah.⁵²

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa Standar Pelayanan Minimal adalah patokan pelayanan secara minimal yang dapat digunakan sebagai acuan dan harus dipenuhi oleh penyelenggara baik aspek input, process dan output.

⁵² Agus Dwiyanto, *Mewujudkan Good Governance melalui Pelayanan Publik*, cet. III, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2008), hal 37

2. Pengertian Standar Pelayanan Minimal Pendidikan

Standar Pelayanan Minimal (SPM) merupakan alat untuk mengukur keberhasilan kinerja pemerintah daerah (Pemda) dalam melaksanakan kewenangannya mewujudkan sekolah/madrasah untuk mencapai standar pendidikan nasional. Pelayanan tersebut meliputi semua aspek, sarana prasarana, seperti gedung, buku dan penunjang pembelajaran lainnya, kompetensi guru, skala siswa terhadap guru dan masih banyak lagi. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan sekolah, Standar Pelayanan Minimal ini terus dievaluasi baik oleh pemerintah ataupun oleh sekolah sendiri melalui kegiatan EDS (Evaluasi Diri Sekolah)

Menurut Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2010, Standar Pelayanan Minimal Pendidikan atau SPM Pendidikan adalah tolok ukur kinerja pelayanan pendidikan dasar melalui jalur pendidikan formal yang diselenggarakan oleh kabupaten/kota.⁵³

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007, urusan pendidikan merupakan salah satu pelayanan wajib yang harus diselenggarakan oleh pemerintah kabupaten/kota. Oleh karena itu, Penyelenggaraan Standar Pelayanan Pendidikan Dasar adalah kewenangan kabupaten/kota. SPM pendidikan ini merupakan acuan dalam perencanaan program dan penganggaran pencapaian target baik

⁵³ Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2010.

tingkat satuan pendidikan maupun tingkat kabupaten/kota Penerapan. SPM Pendidikan ini bertujuan untuk menjamin akses dan mutu bagi masyarakat untuk mendapatkan pelayanan dasar dari pemerintah kabupaten/kota sesuai dengan ukuran-ukuran yang telah ditetapkan oleh pemerintah.⁵⁴

Prinsip-prinsip penyusunan SPM Pendidikan terdapat dalam Lampiran 1 Permendikbud Nomor 23 Tahun 2013. Prinsip-prinsip tersebut yaitu:

- 1) diterapkan pada urusan wajib. SPM merupakan bagian integral dari pembangunan pendidikan yang berkesinambungan, menyeluruh, terpadu sesuai dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional.
- 2) diberlakukan untuk seluruh daerah kabupaten/kota. SPM dimaksudkan untuk menjamin tersedianya pelayanan kepada publik tanpa kecuali mencakup jenis dan mutu pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat.
- 3) Menjamin akses masyarakat guna mendapatkan pelayanan dasar tanpa mengorbankan mutu.
- 4) Merupakan indikator kinerja, sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas penggunaan sumberdaya.
- 5) Bersifat dinamis, artinya dapat disesuaikan dengan tingkat perkembangan layanan di masyarakat.

⁵⁴ Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007

6) Ditetapkan dalam rangka penyelenggaraan pelayanan dasar.⁵⁵

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan hasil dari beberapa penelitian yang dapat digunakan untuk mempertajam metodologi dan sebagai sumber informasi dan bahan perbandingan dengan penelitian yang akan penulis teliti.

Fathonah (2016) dalam tesis yang berjudul “Strategi Pemasaran jasa Pendidikan dalam Meningkatkan pelayanan Pendidikan di MAN I Sragen”. Di terbitkan di Pascasarjana IAIN Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan pemasaran sekolah, MAN 1 Sragen melakukan musyawarah agar pelaksanaan strategi pemasaran berjalan lancar dan optimal, yaitu dengan cara melihat segmentasi pasar dengan menentukan sasaran yang ingin dituju. Kemudian menentukan tujuan dari strategi pemasaran, tujuan dari strategi pemasaran di madrasah ini adalah agar jumlah siswa terus meningkat. Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu pertama, strategi pemasaran secara langsung dengan cara memanfaatkan IT yaitu mengupload setiap kegiatan sekolah di website madrasah , media cetak, spanduk dan brosur di jalan-jalan. Kedua, pemasaran secara tidak langsung dengan cara melakukan kegiatan baksos kepada masyarakat sekitar sehingga madrasah berupaya selalu meningkatkan pelayanan pendidikan.

Sulasmono dkk (2013) dalam tesis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Siswa dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Siswa di SMK Kristen Salatiga”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa

⁵⁵ Permendikbud Nomor 23 Tahun 2013.

tidak hanya kualitas layanan dan kepuasan siswa saja yang dapat menjadi penentu loyalitas siswa. Masih terdapat variabel-variabel lain yang tidak dipakai dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi variabel dependen atau loyalitas siswa. Usulan penelitian yang dapat dilakukan lebih lanjut adalah dengan melihat variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas siswa. Loyalitas siswa juga dapat dipengaruhi oleh letak atau lokasi sekolah, biaya sekolah, pandangan masyarakat sekitar tentang sekolah, citra sekolah di masyarakat secara luas dan daya saing sekolah dengan instansi pendidikan yang lain.

Indrawati (2014) dalam tesis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen”. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa secara parsial dan simultan dimensi kualitas layanan jasa (keandalan, bukti langsung, daya tanggap, jaminan dan empati) yang diberikan oleh Lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di Kota Malang berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian ini juga menghasilkan temuan bahwa Lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di Kota Malang belum sepenuhnya memuaskan konsumen, karena nilai harapan konsumen masih lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja yang ditunjukkan oleh lembaga-lembaga tersebut.

E. Kerangka Berpikir

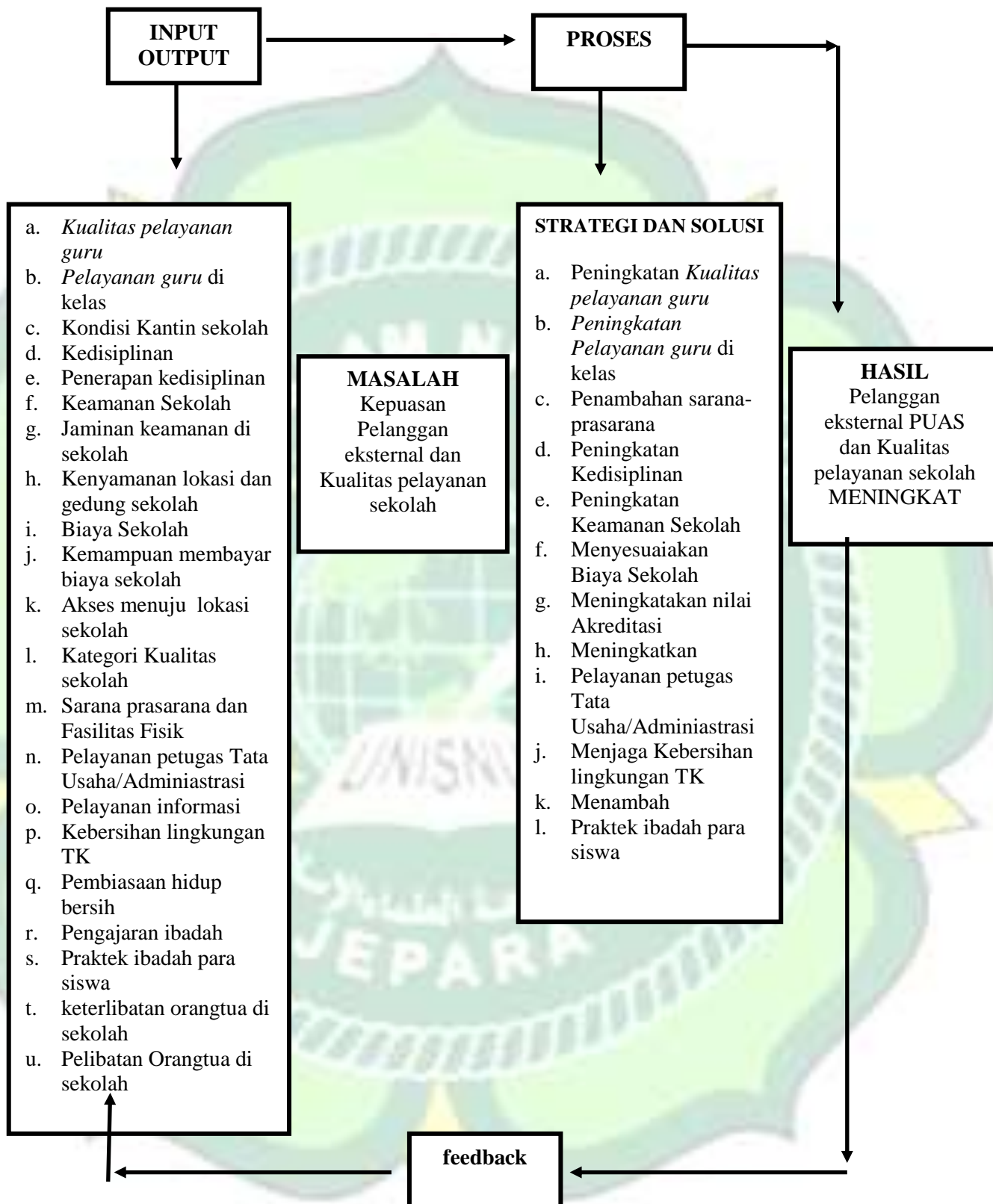
Kepuasan pelanggan eksternal terhadap pelayanan proses pembelajaran di sekolah terindikasi ketika harapan pelanggan dapat terpenuhi, pelanggan tentu saja mengharapkan bahwa ketika menggunakan pelayanan jasa sekolah,

ia akan memiliki peningkatan dalam kemampuan baik dari sisi pengetahuan, sikap, maupun keterampilan yang diberikan oleh pihak sekolah.

Kepuasan pelanggan eksternal primer harus diperhatikan oleh pihak sekolah dalam memberikan pelayanan proses pembelajaran, misalnya keandalan pendidik dalam memberikan materi, metode-metode pembelajaran yang digunakan, hasil evaluasi belajar peserta didik, dan kegiatan-kegiatan lainnya yang berhubungan dengan proses pembelajaran. Hal ini tidak semudah yang dibayangkan, banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan eksternal.

Namun jika sekolah memfokuskan masalah kepuasan pelanggan eksternal bukan tidak mungkin akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tercapainya kepuasan pelanggan akan memberikan penilaian yang baik dari pelanggan kepada pihak sekolah, yang artinya akan memberikan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat dalam pengembangan madrasah pada masa yang akan datang. Jika sekolah berorientasi pada kepuasan pelanggan, pihak sekolah harus berbenah diri dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan, meningkatkan daya tangkap yang baik agar tidak mengulangi kesalahan, cepat dan tanggap menangani keluhan, dan memberikan kepastian dalam pelayanan dan berempati pada masalah yang dialami oleh peserta didik serta lebih meningkatkan fasilitas sekolah.

Untuk memperjelas kerangka berpikir, maka dibuatkan gambar kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar Kerangka berpikir penelitian