

Service Quality Satisfaction dalam Layanan Pendidikan: Kajian Teoretis

Yahya Sudarya

Abstrak

Penerapan sistem layanan jasa secara bermutu dengan menggunakan teori Service Quality Satisfaction berpangkal dari teori manajemen mutu terpadu (Total Quality Management) Berdasarkan kajian pustaka diperoleh kesimpulan – kesimpulan khusus tentang berbagai kegiatan yang selayaknya dilaksanakan oleh lembaga pendidikan, a.l.: Mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa: setiap penyedia jasa wajib berupaya menyampaikan jasa berkualitas. mengidentifikasi determinan atau faktor penentu utama kualitas jasa berdasar sudut pandang pelanggan dengan cara: (a) Riset mendalam dalam rangka memahami determinan terpenting yang digunakan pelanggan sebagai kriteria utama dalam mengevaluasi jasa spesifik. (b) Mempersiapkan penilaian yang diberikan stakeholders terhadap lembaga berdasarkan determinan tersebut.

Kata Kunci: kualitas, layanan, pendidikan

PENDAHULUAN

Dari sisi penyelenggaraannya pendidikan termasuk kategori layanan jasa (service) yang dilaksanakan oleh lembaga penyelenggara pendidikan atau satuan pendidikan bagi dan untuk kepentingan masyarakat. Layanan (services) memiliki arti yang berbeda – beda dan tergantung pada konteksnya, Oxford Advanced Learner's Dictionary (2000) salah satu definisinya yang lebih dekat kepada layanan pendidikan menyebutkan bahwa; organisasi atau perusahaan yang menyediakan sesuatu kepada publik atau melakukan sesuatu bagi pemerintah, contohnya *prison service, civil service, diplomatic service, fire service, secret service, security service* dan *social service*. Lebih tegas lagi apa yang disebutkan oleh Gronroos (2000), yaitu: jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Kotler (2000) mendefinisikan jasa sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Walaupun demikian jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. – ada produk jasa murni seperti *Master of Ceremony*, pengacara, guru, dsb. Serta ada pula jasa yang membutuhkan produk fisik seperti ; jasa pergudangan membutuhkan gudang, warnet membutuhkan komputer, restoran perlu makanan. Menurut Gronroos (2000): jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Di dalam kegiatan layanan (service) terdapat dua posisi yang berbeda yaitu yang memberikan layanan dan yang diberi layanan. Sedangkan substansi layanannya adalah dalam bidang pendidikan. Terdapat hubungan

timbal balik antara dua posisi tersebut yang pada saatnya akan berpengaruh terhadap hasil, dalam hal ini hasil pendidikan. Diasumsikan apabila layanan diselenggarakan secara berkualitas maka dapat diharapkan hasilnya akan berkualitas.

Hubungan timbal balik yang terjadi antara yang memberikan layanan dan yang dilayani pada hakikatnya saling membutuhkan. Kondisi saling membutuhkan seharusnya menjadi nilai (*value*) yang dimiliki dan difahami bersama untuk mengokohkan tujuan yang ingin dicapai. Nilai saling membutuhkan yang dasari oleh saling memahami akan berkembang kepada saling mengetahui kebutuhan masing – masing pihak. Keduanya memiliki kepentingan dan kebutuhan yang berbeda, tidak mustahil dapat menimbulkan benturan kepentingan, untuk itu perlukan nilai yang disepakati bersama sehingga seluruh kepentingan dapat diakomodasi secara optimal.

Penyelenggaraan pendidikan mulai dari tingkat dasar sampai dengan perguruan tinggi, selayaknya mencermati kualitas layanan yang diberikan kepada siswa dan atau stakeholdersnya. Kegiatan pendidikan, tidak hanya diorientasikan kepada hasil akhir proses pendidikan dengan melahirkan sejumlah lulusan, melainkan juga fokus perhatian harus mulai diarahkan kepada kualitas layanan dalam pelaksanaan proses belajar mengajar. Kualitas layanan pendidikan perlu diperhatikan bukan karena berpengaruh terhadap hasil pendidikan, melainkan juga penting dilihat dari aspek persaingan antar lembaga penyelenggara pendidikan untuk mendapatkan siswa baru. Diyakini, kualitas layanan akan berpengaruh terhadap animo masyarakat / siswa baru.

KAJIAN TEORETIS

Kegiatan penyelenggaraan pendidikan mulai dari tingkat dasar sampai dengan perguruan tinggi pada dasarnya adalah kegiatan atau industri jasa, yaitu memberikan layanan jasa pendidikan kepada murid / siswa sebagai customers. Lebih jelas dapat dilihat dari contoh kegiatan yang dilakukan oleh lembaga-lembaga layanan jasa seperti halnya hotel, travel, rumah sakit, serta kegiatan

industri lain yang berhubungan dengan pemberian layanan jasa. Telaah teoretis yang berkaitan dengan layanan jasa dapat dilihat dari pendapat ahli yang mengemukakan skema klasifikasi jasa, masing-masing menggunakan dasar perbedaan yang disesuaikan dengan sudut pandangnya sendiri – sendiri. Secara garis besar, klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan tujuh kriteria (Lovelock, 1987) yaitu: (1) segmen pasar, (2) tingkat keberwujudan; *rented goods service*, *Owned good service*, *Non – goods services* (3) keterampilan penyedia jasa, (4) tujuan organisasi; *comercial service* dan *profit service*, (5) regulasi, (6) tingkat intensitas karyawan, dan (7) tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan; *high contact service* dan *low contact service*.

Dilihat dari intensitas hubungan antara pemberi jasa dan yang diberi layanan, penyelenggaraan pendidikan termasuk dalam kategori *high contact service*, karena keterampilan interpersonal staf penyedia jasa merupakan aspek krusial, misalnya *performance guru* menjadi penekanan utama bahwa di dalam layanan jasa pendidikan terjadi interaksi yang sangat intens antara siswa sebagai pelanggan dengan guru serta tenaga pendidik lainnya. Penyelenggaraan pendidikan secara spesifik disebutkan sebagai kegiatan yang menekankan pada aspek *profesional service*, selain masih terdapat tiga dimensi lainnya yaitu *service factory*, *mass service*, dan *service shop* (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 1994).

Untuk menjaga kualitas layanan jasa diperlukan beberapa upaya, khususnya dalam menjaga layanan jasa dalam penyelenggaraan pendidikan yang bersifat *people – based service* yang dapat aplikasikan dalam penyelenggaraan pendidikan, ialah:

Pertama, melakukan investasi dalam proses rekrutmen, seleksi, pemotivasian, pelatihan dan pengembangan karyawan. Melalui upaya tersebut lembaga pendidikan akan memiliki tenaga guru yang profesional, kompeten serta mampu memberikan layanan yang terbaik. Memiliki tenaga kependidikan sebagai penunjang yang memiliki keterampilan dan kemampuan memadai, memiliki motivasi tinggi serta senantiasa dapat mengembangkan kemampuannya sesuai dengan tuntutan kebutuhan.

Kedua, melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa (*service performance process standardization*) atau industrialisasi jasa dengan cara mempromosikan program – program pendidikan, meningkatkan kualifikasi dan profesionalisme tenaga pengajar, mendorong peningkatan jumlah tenaga guru besar dan kepakaran melalui penelitian – penelitian dalam bidang pendidikan. Program yang saat tengah dikembangkan di lembaga pendidikan untuk menetapkan standar layanan antara lain melalui kegiatan penyusunan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) sebagai salah satu kegiatan dalam program Satuan Penjaminan Mutu. Setiap aspek kegiatan yang dilakukan dalam penyelenggaraan pendidikan, masing-masing memiliki SOP yang memiliki indikator mutu, dengan demikian satuan pendidikan memiliki ciri mutu dengan standar baku yang jelas.

Ketiga, melakukan *service customization*, meningkatkan interaksi antara lembaga pendidikan dengan masyarakat serta dunia kerja sehingga apa yang diproduksi dalam dunia pendidikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lapangan kerja. Keterkaitan dan kesepadanan antara produk pendidikan dengan tuntutan kebutuhan menjadi aspek utama sehingga lulusan satuan pendidikan langsung diterima oleh masyarakat atau dunia kerja. *Service customization* berhubungan erat dengan *customers satisfaction*, apa yang dihasilkan oleh

lembaga pendidikan sesuai dengan harapan masyarakat. Lulusan pendidikan siap pakai menjadi tujuan lembaga pendidikan, oleh karena itu pendidikan harus berorientasi kepada kebutuhan dan tuntutan perkembangan teknologi, dalam konteks ini pula lembaga pendidikan melakukan upaya penyesuaian kurikulum serta kebijakan lain yang berhubungan dengan kesesuaian pendidikan dengan kebutuhan, seperti misalnya kebutuhan lokal yang diantisipasi melalui kurikulum muatan lokal.

Keempat, melakukan *treasur study*, monitoring kepuasan pelanggan, baik secara pasif, maupun dengan penelitian dan survey ke lapangan. Cara ini akan sangat efektif untuk melihat kondisi para alumni atau lulusan di lapangan, sehingga dapat memberikan *feed back* untuk melakukan perbaikan kurikulum maupun pembukaan program studi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Aspek ini masih berkaitan dengan *customers satisfaction*, hasil pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan. Oleh karena itu lembaga pendidikan perlu melakukan upaya monitoring kebutuhan dan kepuasan pelanggan – tentang sejauh mana hasil pendidikan dapat diaplikasikan dalam dunia kerja atau dalam kehidupan sehari-hari. Survey lapangan untuk memastikan keterkaitan dengan kebutuhan sekaligus menjaring masukan – sesuatu yang baru dan dibutuhkan oleh masyarakat. Menjawab kebutuhan danantisipasi perkembangan umumnya dilakukan dengan melalui inovasi – inovasi pendidikan.

MUTU

Bagi penyelenggaraan pendidikan mutu merupakan keniscayaan yang tidak dapat ditanggihkan, pendidikan antara lain bertujuan mencerdaskan kehidupan bangsa serta melahirkan generasi penerus yang kreatif, produktif, berdaya saing tinggi, mensyaratkan mutu. Dalam konteks globalisasi dan persaingan antar bangsa pendidikan diharapkan dapat menghasilkan lulusan yang memiliki daya saing (*comparative advantage*). Oleh karena itu, penyelenggaraan pendidikan harus mampu menampilkan mutu proses maupun hasil. Di dalam dunia industri mutu mengandung makna yang berkaitan dengan hasil atau produk berupa barang maupun jasa, dalam perkembangannya mutu menjadi faktor yang tak bisa dihindarkan. Artinya, setiap kegiatan atau produk yang dihasilkan harus berkualitas atau bermutu. Mutu menjadi faktor kunci keberlangsungan suatu kegiatan, dalam dunia bisnis faktor mutu menjadi lebih tegas lagi, antara kebangkrutan atau pertumbuhan. Pilihan terhadap mutu, bukan hanya milik dunia industri dan bisnis, melainkan berkembang jauh ke berbagai aspek kegiatan, demikian halnya dengan dunia pendidikan.

Konsep mutu yang terkandung di dalam *Total Quality Management* (TQM), memilah dalam dua jenis kegiatan berbeda, yakni mutu yang digandengkan dengan produk berupa barang dan mutu untuk produk berupa layanan atau jasa. Mutu dalam produk atau barang sebagaimana yang lazim dihasilkan oleh industri pabrik / manufaktur berupa barang atau benda, sedangkan jasa atau pelayanan (*service*), adalah sesuatu yang tidak tampak tapi terasa misalnya layanan yang diberikan oleh hotel, rumah sakit, pendidikan, yaitu kegiatan yang berupa hubungan antar manusia.

Mutu dapat dipandang lebih komprehensif, bukan hanya menyangkut aspek hasil, melainkan mutu yang berhubungan dengan proses, lingkungan dan sumber daya manusia. Perspektif ini di dirumuskan secara rinci oleh Goetsch & Davis (1994) yang mendefinisikan kualitas sebagai "kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses

dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.” dengan demikian, aspek penilaian terhadap kualitas sebuah jasa.

Riset yang dilakukan Joseph, 1998 (dalam *Serve, Quality Satisfaction*, Fandy Tjiptono, 2004) tentang persepsi mahasiswa terhadap kualitas jasa universitas di Selandia Baru mengungkap tujuh determinan utama, yaitu: isu – isu program studi, reputasi akademik, aspek fisik/biaya, peluang karir, lokasi, waktu, dan faktor lain. Riset lain yang dilakukan Hampton (1993) terhadap topik yang sama di sebuah universitas mengidentifikasi tujuh determinan utama kualitas jasa universitas, yaitu: kualitas pendidikan, pengajaran, kehidupan sosial – personal, fasilitas kampus, usaha yang diperlukan untuk lulus, kehidupan sosial kampus, dan bimbingan mahasiswa.

ATRIBUT MUTU

Mutu adalah paduan sifat produk atau dapat juga disebut sebagai atribut, suatu produk dapat dikatakan bermutu apabila memiliki indikator mutu yang ditetapkan. Atribut atau indikator kemudian dijadikan sebagai sasaran atau obyek pengukuran yang dapat menentukan seberapa besar atau tingginya mutu suatu produk. Terdapat perbedaan atribut mutu barang atau jasa, pada jenis barang atribut dapat diukur secara matematis (metrik) dan bersifat kuantitatif, tetapi pada jenis produk jasa walaupun dapat diukur secara kuantitatif namun pada umumnya pengukuran tidak dilakukan secara matematis. Hal tersebut disebabkan terutama karena indikator yang menjadi ukuran lebih kepada sesuatu yang bersifat perilaku atau hubungan antar manusia, misalnya mutu jasa layanan rumah sakit dapat ditentukan oleh sikap atau perilaku layanan dokter atau perawat terhadap pasien.

STANDAR MUTU

Keberagaman pelanggan dan kebutuhannya menuntut ditetapkannya standar mutu yang dapat diterima secara umum. Standar mutu dapat diketahui melalui identifikasi dan analisis kebutuhan secara obyektif. Berdasar kepada sifat – sifat umum yang kemudian dijadikan dasar untuk menyusun mutu produk serta standar mutu sistem dan proses produksinya. (Tampubolon, 2001). Dengan adanya standar mutu, maka perencanaan, pengendalian, dan peningkatan mutu dapat dilaksanakan dengan lebih efektif dan efisien, hingga pada saat tertentu standar dapat diubah sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan serta perkembangan pelanggan.

Standar mutu dapat dilakukan secara bertahap, mulai dengan menetapkan standar mutu secara lokal, nasional, regional dan pada saatnya menggunakan standar internasional yang dikeluarkan dan disahkan oleh lembaga terkait seperti *International Standard Organization* (ISO).

Isi pokok ISO adalah standar – standar mutu sistem dan proses yang harus ditempuh dan dipedomani agar mutu produknya terjamin, sesuai dengan rencana dan kebutuhan pelanggan. Selain dijadikan pedoman standar mutu produk bagi industri, ISO juga dikembangkan sebagai pedoman industri jasa, seperti rumah sakit, hotel, pendidikan serta lembaga atau organisasi yang bergerak di bidang jasa lainnya.

MANFAAT MUTU

Ditinjau dari aspek manfaat mutu biasanya dikaitkan dengan produktivitas dan profitabilitas; (Edvardson, et al., 1994), yaitu: (1) produktivitas menekankan

pemanfaatan (utilitas) sumber daya, yang sering diikuti dengan penekanan biaya dan rasionalisasi modal. Fokus utamanya terletak pada produksi / operasi. (2) kualitas lebih menekankan aspek kepuasan pelanggan dan pendapatan. Fokus utamanya adalah *customer utility*, dan (3) Profitabilitas merupakan hasil dari hubungan antara penghasilan (*income*), biaya, dan modal yang digunakan.

Perspektif tradisional sering hanya berfokus pada pencapaian produktivitas dan profitabilitas dengan mengabaikan aspek kualitas, yang dapat mengancam kelangsungan jangka panjang perusahaan. Seiring dengan perkembangan dunia industri serta tuntutan persaingan yang semakin tinggi, menuntut setiap perusahaan atau lembaga penghasil produk untuk meningkatkan intensitas kompetisi dengan memperhatikan kebutuhan pelanggan, serta memenuhinya dengan meningkatkan mutu produk agar lebih baik dari produk perusahaan lain, yang tidak lagi hanya terbatas pada aspek produk semata melainkan juga aspek-aspek proses, sumber daya dan lingkungan.

STRATEGI PENYEMPURNAAN KUALITAS JASA

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa: setiap penyedia jasa wajib berupaya menyampaikan jasa berkualitas. Upaya ini membutuhkan proses mengidentifikasi determinan atau faktor penentu utama kualitas jasa berdasar sudut pandang pelanggan. Yaitu dengan cara: (a) Riset mendalam dalam rangka memahami determinan terpenting yang digunakan pelanggan sebagai kriteria utama dalam mengevaluasi jasa spesifik. (b) memperkirakan penilaian yang diberikan pelanggan sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan tersebut. Dengan cara ini dapat diketahui posisi relatif perusahaan dimata pelanggan dibanding para pesaing;
2. Mengelola ekspektasi pelanggan: semakin banyak janji perusahaan yang diberikan akan semakin besar ekspektasi pelanggan – harapan yang bisa menjurus kepada kondisi yang tidak realistis – dan akan memperbesar peluang tidak terpenuhinya ekspektasi. Oleh karena itu: Jangan menjanjikan apa yang tidak bisa diberikan. Tetapi berikan lebih dari apa yang dijanjikan.
3. Mengelola Bukti kualitas Jasa: manajemen bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa disampaikan. Jasa merupakan kinerja yang tidak dapat dirasakan seperti halnya fisik, maka pelanggan cenderung memperhatikan dan mempersepsikan fakta – fakta tangibles yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Dari sudut pandang penyedia jasa, bukti kualitas meliputi segala sesuatu yang dipandang konsumen sebagai indikator ” seperti apa jasa yang akan diberikan (*pre-service expectation*) dan seperti apa jasa yang telah diterima (*post – service evaluation*), bukti – bukti kualitas jasa bisa berupa fasilitas fisik jasa, seperti gedung, kendaraan, penampilan karyawan penyedia jasa, laporan keuangan, dan logo perusahaan. Selain itu berbagai faktor seperti musik, warna, aroma, temperatur, lokasi gedung, tata letak, dan atmosfer (situasi dan kondisi transaksi) dapat pula menciptakan persepsi tertentu terhadap penyedia jasa, misalnya keramahan, ketenangan, kecermatan, wibawa, rasionalitas, stabilitas dan fleksibilitas.

MENUMBUHKEMBANGKAN BUDAYA KUALITAS

Bagi dunia pendidikan, kualitas merupakan keniscayaan yang seharusnya melekat dalam setiap aspek proses kegiatan pendidikan. Oleh karena itu, pemahaman tentang kualitas bukan sekedar literatur yang hanya sekedar dibahas dalam ruang kelas, atau dalam diskusi ilmiah, melainkan harus *inheren*, melekat, terinternalisasi, sehingga menjadi budaya. Budaya kualitas (*quality culture*) yang diperlukan dalam penyelenggaraan pendidikan adalah terwujudnya sistem nilai organisasi yang menghasilkan

lingkungan yang kondusif bagi proses penciptaan dan penyempurnaan kualitas secara terus menerus. Budaya kualitas kemudian terinternalisasi dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan proses pendidikan. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur dan harapan yang berkenaan dengan peningkatan kualitas. Untuk menumbuhkannya diperlukan komitmen dari semua anggota organisasi.

FAKTOR YANG DAPAT MEMPERLANCAR DAN MENGHAMBAT:

1. sumber daya manusia; deskripsi pekerjaan, rekrutmen dan seleksi karyawan, pelatihan dan pengembangan sistem kompensasi, jalur karir.
2. organisasi / struktur, ; integrasi atau koordinasi antar fungsi dan struktur pelaporan
3. pengukuran (*measurement*); evaluasi kinerja dan pemantauan keluhan dan kepuasan pelanggan.
4. pendukung sistem, yaitu faktor teknis, komputer dan data base
5. layanan; nilai tambah, rentang dan kualitas layanan, standar kinerja, pemuasan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.
6. program ; pengelolaan keluhan pelanggan, alat – alat manajemen
7. komunikasi internal; prosedur dna kebijakan, serta umpan balik dalam organisasi
8. komunikasi eksternal; edukasi pelanggan, manajemen ekpektasi pelanggan, dan pembentukan citra positif perusahaan.

PEMBENTUKAN BUDAYA KUALITAS

Pendidikan semestinya terinspirasi oleh kegiatan bisnis yang amat concern terhadap kualitas, meski dalam kepentingan yang menjadi latarbelakang yang berbeda, dunia industri dan bisnis terdorong oleh ketatnya persaingan serta meningkatnya tuntutan customers dalam menyikapi hasil produksi, sedangkan pendidikan tidak semata dilatarbelakangi oleh motivasi keuntungan material atau hanya karena persaingan sesaat melainkan dilandasi oleh tujuan yang jauh lebih mulia yakni meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang pada hakekatnya adalah meningkatkan kualitas derajat dan martabat kemanusiaan.

Terdapat beberapa program yang dapat dikembangkan untuk membentuk budaya kualitas di setiap lingkungan lembaga pendidikan, yaitu:

1. **pengembangan individual**; lembaga pendidikan menyusun manual terprogram mengenai instruksi pekerjaan, job description, standard operating prosedur, untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan petugas tenaga kependidikan untuk menjalankan tugas sesuai dengan posisi atau jabatannya;
2. **pelatihan manajemen**; lembaga pendidikan mengikut sertakan manajemennya (tenaga kependidikan, guru maupun petugas administratif) dalam program pengembangan manajemen, seperti seminar, simposium, kursus singkat, dan lokakarya;
3. **perencanaan sumber daya manusia**; lembaga pendidikan mengidentifikasi calon-calon potensial untuk menduduki posisi kunci dalam organisasi untuk periode yang akan datang;
4. **standar kinerja**; perusahaan menyusun pedoman berisi instruksi dan prosedur pelaksanaan (SOP) suatu tugas;
5. **pengembangan karier**; progarm pengembangan pekerjaan dengan tuntutan keahlian dan tanggungjawab yang semakin besar- diharapkan semua karyawan dapat berkembang
6. **survei opini**; perusahaan perlu melakukan survei opini

tahunan untuk mendapat masukan demi penyempurnaan kualitas dan pencegahan timbulnya perilaku yang tidak diharapkan;

7. **perlakukan adil**; karyawan diberi buku pegangan berisi harapan dan kewajiban perusahaan terhadap mereka.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis pustaka yang berkaitan dengan peningkatan mutu layanan dalam rangka meningkatkan kualitas proses dan kualitas hasil pendidikan, maka direkomendasikan hal – hal sebagai berikut:

Pertama, lembaga pendidikan hendaknya memperhatikan dan melaksanakan layanan kegiatan jasa berbasis *service quality*, sehingga dapat meningkatkan *diferensiasi, positioning* dan peningkatan strategi dalam pelaksanaan kegiatan belajar mengajar.

Kedua, pengukuran layanan kualitas pendidikan dapat dilakukan secara internal maupun eksternal. Pengukuran kualitas berdasar perspektif internal diartikan sebagai *zero defect* – mengeliminasi kesalahan pada setiap tahap kegiatan atau langkah setiap kegiatan. Sedangkan pengukuran eksternal dilakukan dengan memahami kebutuhan lingkungan (*customers satisfaction*), menerima masukan dan kritik maupun saran.

Ketiga, strategi kualitas layanan jasa pendidikan merupakan komitmen dari manajemen sekolah, serta mengarahkan organisasi sekolah dalam upaya peningkatan kinerja kualitas.

Keempat, semua personal, pimpinan dan staf, guru maupun karyawan, wajib mendapatkan pendidikan tentang kualitas, khususnya penekanan tentang peningkatan kualitas layanan dalam setiap tahapan dan langkah proses pembelajaran.

Keenam, upaya yang dilakukan dalam rangka meningkatkan kualitas layanan diikuti dengan review sebagai alat dalam rangka mengubah perilaku organisasi yang dapat menggambarkan mekanisme dan menjamin adanya perhatian terus menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran – sasaran kualitas.

Ketujuh, implementasi strategi peningkatan kualitas layanan dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, oleh karena itu manajemen sekolah harus menjaga komunikasi melalui kegiatan yang terpola dan terjadwal baik dengan stakeholders maupun antar staf, karyawan, guru, siswa, pemerintah.

Kedelapan, aspek krusial yang perlu diperhatikan adalah reward dan recognition yang dapat mempengaruhi implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan/guru yang berprestasi harus diberi pengakuan dan penghargaan, dengan cara seperti ini motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan memiliki setiap anggota dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Barkely, Bruce Terhadap & Saylor, James H , 1994, *Customer – Driven Project Management: a New Paradigme in Total Quality Implementation*, New York Mc Graw Hill , Inc.
- Biggs, John B & Collis, Kevin F, 1982, *Evaluating the Quality of Learning: The Solo Taxonomy (Structure of the Observed Learning Outcome)* New York, Academi Press.
- Daulat P. Tampubolon, 2001, *Perguruan Tinggi Bermutu; Paradigma Baru Manajemen Pendidikan Tinggi Menghadapi tantangan Abad ke-21*, Gramedia, Jakarta.
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, 2005, *Service Quality Satisfaction*, Andi, Yogyakarta.
- Juran, J.M., 1989, *On Quality By Deasign “ Merancang Mutu “ - Ancangan Baru Mewujudkan Mutu ke dalam Barang dan Jasa*, Pustaka Binaman Presindo, Jakarta