

## KEBUTUHAN DAN HARAPAN PELANGGAN DI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM

**Hanim Afifudin<sup>1</sup>, Prim Masrokan Mutohar<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Email Kontributor: [hanimafifudin@gmail.com](mailto:hanimafifudin@gmail.com)

### Abstrak

---

Abstrak Jurnal ini bertujuan untuk menggambarkan tentang kebutuhan dan harapan pelanggan di lembaga pendidikan Islam. Jurnal ini menggunakan metode analisis kepustakaan yang digunakan untuk mencari tahu deskripsi, yang melibatkan aktual dan rujukan faktual. Adapun fokus jurnal ini adalah definisi kebutuhan dan harapan pelanggan di lembaga pendidikan Islam, upaya mewujudkan kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan Islam, dan tindak lanjut kepuasan di lembaga pendidikan Islam. Diharapkan dengan memahami jurnal ini para pembaca mampu memahami manajemen pengelolaan kebutuhan dan harapan pelanggan di lembaga pendidikan Islam dan menerapkannya di berbagai kegiatan pendidikan.

**Kata kunci:** *Kebutuhan dan Harapan, Pelanggan, Pendidikan Islam.*

---

### Abstract

---

Abstract This journal aims to describe the needs and expectations of customers in Islamic educational institutions. This journal uses a literature analysis method that is used to find out the description, which involves actual and factual references. The focus of this journal is the definition of customer needs and expectations in Islamic educational institutions, efforts to realize customer satisfaction in Islamic educational institutions, and follow-up on satisfaction in Islamic educational institutions. It is hoped that by understanding this journal, readers will be able to understand the management of customer needs and expectations in Islamic educational institutions and apply them in various educational activities.

**Keywords:** *Needs and Expectations, Customers, Islamic Education.*

---

## PENDAHULUAN

Pelaksanaan program optimalisasi mutu pendidikan, oleh pimpinan satuan pendidikan antara lain kegiatannya berupa pengamatan secara intensif terhadap pelayanan pendidikan pada suatu lembaga pendidikan, kemudian ditindak lanjuti dengan pemberian *feed back* dengan tujuan memberikan keefektifan kegiatan manajerial lembaga sekolah utamanya dalam meningkatkan efektifitas pelayanan untuk meningkatkan daya saing serta kepuasan terhadap pelanggan Pendidikan. Pendidikan di Indonesia mengalami beberapa problematika dalam pengelolaan pelayanan pendidika utamanya di era *force majeure* yang berdampak pada optimalisasi layanan khusus dilembaga Pendidikan. Pendidikan unggul didasarkan pada kualitas pelayanan pada Lembaga Pendidikan sehingga pelanggan eksternal dan internal pada satuan Lembaga sekolah mampu adaptif dalam membangun kepuasan yang *authentic*. Syaiful dan Sahala (2010:278) memberikan pendapat bahwa pengelola Lembaga sekolah utamanya pemimpin berlomba-lomba untuk membangun kualitas layanan Lembaga Pendidikan terpadu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Lembaga yang diampu. Keberhasilan layanan yang diberikan pendidikan untuk pelanggan sangat berpengaruh pada kualitas mutu pada pelayanan Lembaga sekolah. Dewasa ini, dalam memenangkan persaingan dalam segala hal, kualitas pelayanan menjadi sorotan utama untuk mendapatkan *branding* yang akan suguhkan kepada pelanggan internal dan eksternal. Oleh karena itu, kualitas jasa dan pelayanan yang diterima pelanggan diartikan sebagai perbedaan antara harapan atau keinginan. Lembaga Pendidikan memberikan komitmen dalam memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Optimalisasi layanan pada satuan Lembaga Pendidikan dapat di kolaborasikan dengan peningkatan layanan mutu terpadu.

Proses pelaksanaan pengembangan mutu pembelajaran dalam pandangan Drake yang menyebutkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan adalah suatu istilah yang *abstract*, sebab hal ini memiliki arti yang luas, yakni identik dengan proses manajemen, administrasi, evaluasi dan akuntabilitas atau berbagai aktivitas serta kreatifitas yang berhubungan dengan pengelolaan kelembagaan pada lingkungan kelembagaan setingkat sekolah. Proses interaksi dan hubungan antara pendidik dengan peserta didik adalah proses pendidikan. Made Pidarta (2009:171) berpendapat bahwa dalam menciptakan hubungan yang baik, maka pendidik perlu mengenal peserta didik dengan baik khususnya dalam kegiatan belajar mengajar dalam suatu sistem dimana pendidik dan peserta didik aktif didalamnya. Kegiatan mengajar bagi para pendidik selalu mendapat tantangan maupun problem yang mengitarinya. Untuk mengatasi problem dan menghadapi berbagai tantangan dalam melaksanakan pelayanan pelanggan, maka diperlukan pengelolaan kualitas pelayanan terhadap pelanggan utamanya di bidang Pendidikan seorang pemimpin

harus menyusun strategi yang tepat untuk mendapatkan kualitas layanan yang baik. Pelayanan pendidikan dapat menggunakan berbagai teknik-teknik dalam upaya meraih harapan dan kepuasan yang di terima oleh pelanggan Pendidikan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penyusunan karya tulis ini adalah analisis kepustakaan. Dengan membaca buku-buku yang berkualitas dan mutakhir sebagai langkah pengambilan data primer. Proses pengkajian jurnal ini dilakukan pada bulan Juli 2022 dengan merujuk beberapa literatur. Langkah awal dari penyusunan ini, beberapa materi dikumpulkan oleh penulis yang diambil dari berbagai teori-teori yang sudah ada. Selanjutnya dibentuk dalam susunan teks narasi yang kemudian didiskusikan (dibedah) dalam zoom discussion. Dari point-point yang dihasilkan dari diskusi dan masukan dari para audiens, kemudian susunan jurnal diperbaiki untuk dikaji kembali.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Definisi Kebutuhan dan Harapan Pelanggan di Lembaga Pendidikan**

Kebutuhan merupakan sesuatu yang dicari dan didasarkan pada misi menggapai kesempurnaan hidup dan usaha mencapai jati diri yang layak. Kebutuhan juga disebut sebagai (*milestone*) tonggak pengembangan hidup untuk mencapai derajat kemanusiaanya. Setiap manusia berupaya memiliki dan memenuhi kebutuhan yang ingin dicapainya. Sehingga semua harapan yang diinginkan mampu tercapai dan berhasil didapatkan. Mahmud Effendi (2018:47) berpendapat berkaitan dengan kebutuhan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kebutuhan secara etimologi adalah Sesuatu yang pada dasarnya menjadi sasaran kehidupan dengan mempertimbangkan waktu dan perkembangan zaman. Upaya peningkatan mutu dan kualitas Lembaga Pendidikan harus melihat peluang dan tantangan pada kebutuhan konsumen yang akan mengarah pada *feed back* terhadap konsumen atau pelanggan pada Lembaga. Hal tersebut merupakan perencanaan awal dalam strategi mewujudkan kepuasan pelanggan di Lembaga Pendidikan.

Kebutuhan dalam teori Abraham Maslow memberikan makna terstruktur dengan pembagian lima macam kebutuhan sebagai penggerak motivasi manusia secara menyeluruh. Struktur teori Maslow yang menyeluruh dibangun atas landasan hierarki kebutuhan yang lain yang berkaitan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan di Lembaga Pendidikan. Hal tersebut dikatakan oleh Hendro Setiawan (2014:7) dalam bukunya yang berjudul Manusia Utuh, Sebuah Kajian atas Pemikiran Abraham Maslow.



Gambar 1 Penggerak Motivasi Kebutuhan Manusia

Dengan kelima hierarki kebutuhan itulah yang menjadi struktur kunci Maslow dalam menjelaskan manusia. Konsep fundamental dari pendirian teori Maslow adalah *Pertama* kebutuhan Fisik (*Physiological Needs*) Kebutuhan fisik adalah yang paling mendasar dan paling mendominasi kebutuhan manusia. kebutuhan ini lebih bersifat biologis seperti oksigen, makanan, air dan sebagainya. Pendidikan memberikan fasilitas yang representatif sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan oleh peserta didik dan seluruh komponen organisasi lembaga sekolah. *Kedua* Kebutuhan akan Rasa Aman (*Safety Needs*) Setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi, manusia akan cenderung mencari rasa aman, bisa berupa kebutuhan akan perlindungan, kebebasan dari rasa takut, kekacauan dan sebagainya. Kebutuhan ini bertujuan untuk mengembangkan hidup manusia supaya menjadi lebih baik. *Ketiga* Kebutuhan terhadap Kepemilikan dan Cinta (*Sosial Needs*). Setelah kebutuhan fisik dan rasa aman terpenuhi, manusia akan cenderung mencari cinta orang lain supaya bisa dimengerti dan dipahami oleh orang lain. Kebutuhan akan cinta ini menguatkan bahwa dalam hidup, manusia tidak bisa terlepas dari sesama. *Keempat* Kebutuhan untuk dihargai (*Esteem Needs*). Setelah ketiga kebutuhan di atas terpenuhi, maka sudah menjadi naluri manusia untuk bisa dihargai oleh sesama bahkan masyarakat. Pendidikan memberikan pelayanan yang optimal terhadap pencapaian dan penghargaan terhadap pelanggan di pendidikan. *Kelima* Kebutuhan untuk aktualisasi diri (*Self Actualization*). Kebutuhan inilah yang menjadi puncak tertinggi pencapaian manusia setelah kebutuhan-kebutuhan di atas terpenuhi. Pencapaian aktualisasi diri ini berdampak pada kondisi psikologi yang meninggi pula seperti perubahan persepsi, dan motivasi untuk selalu tumbuh dan berkembang. Lembaga pendidikan berperan memberikan pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Layanan khusus Pendidikan Islam dalam hal ini bisa mengorientasikan pada kepuasan pelanggan.

Pendidikan berperan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan untuk menggapai kepuasan pelanggan. Harapan merupakan suatu pencapaian yang tersirat dengan tujuan memberikan motivasi dan pencapaian aktualisasi diri. Hal ini merujuk pada derajat pencapaian kepuasan diri. Menurut Sutarto (2015:11) kepuasan pelanggan merupakan muara dari optimalisasi manajemen mutu terpadu. Mutu produk/jasa perlu selalu ditingkatkan untuk memenuhi bahkan melampaui kepuasan pelanggan. Kegagalan memenuhi kepuasan pelanggan/klien berarti kegagalan penerapan manajemen mutu terpadu. Pengelolaan mutu layanan pendidikan yang baik mampu membawa perihai positif bagi lembaga sekolah utamanya kepuasan pelanggan.

Tabel 1 : Pencapaian harapan kepribadian seorang

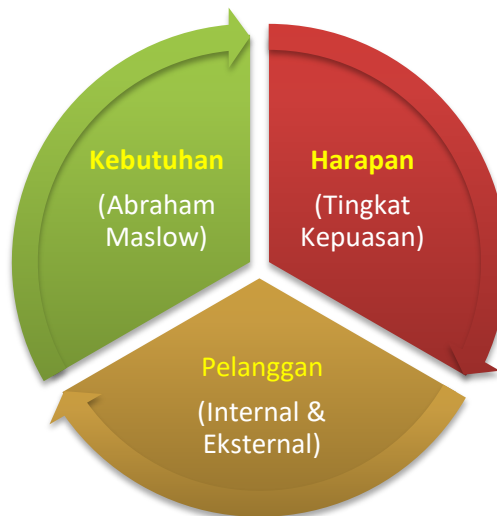
| No. | Faktor yang memberikan pengaruh pada tingkat harapan           |
|-----|--|
| 1.  | Harga Diri   |
| 2.  | Keberhasilan waktu melaksanakan tugas                          |
| 3.  | Bantuan yang dicapai dari seorang supervisor dan pihak bawahan |
| 4.  | Informasi yang diperlukan untuk melaksanakan suatu tugas       |
| 5.  | Bahan-bahan baik dan peralatan baik untuk bekerja              |

Pelayanan lembaga pendidikan berperan mencapai harapan terhadap konsumen atau pelanggan pendidikan. Lembaga sekolah atau madrasah andil dalam memenuhi kualitas layanan pada masing-masing formasi pendidikan seperti layanan khusus yang mencakup pelayanan kurikulum, pelayanan konseling peserta didik, pelayanan sarpras terpadu, dan semua layanan yang berperan meningkatkan mutu pendidikan. Indikator Kepuasan Konsumen atau pelanggan pendidikan yaitu; kesesuaian layanan dengan standar, kemudahan prosedur, kecepatan dan ketepatan waktu, estimasi Biaya yang wajar, kualitas produk layanan, kompetensi pelaksana, ketersediaan Sarana dan Pra Sarana memadai. Indikator di atas menjadi tolok ukur keberhasilan lembaga pendidikan dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Pelanggan Secara subtansional, pelanggan adalah pihak yang membeli atau menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Dalam konteks manajemen mutu terpadu, pelanggan adalah semua pihak yang menerima jasa dan/atau produk yang dihasilkan seperti program unggulan dan hal yang sesuai dengan konteks yang telah direncanakan. Kategori pelanggan menurut Phillip Kotler, dalam Agus Zaenul Fitri (2022:177) pelanggan adalah semua konsumen baik individu maupun masyarakat yang menjadi penikmat atau pembeli baik barang maupun jasa untuk dikonsumsi secara personal. Secara umum, Pelanggan dikelompokkan menjadi dua jenis: *Pertama*, pelanggan Internal (*Internal Customer*), kategori keberadaan pelanggan ada di dalam perusahaan itu sendiri. Pelanggan internal berasal dari pihak lembaga pendidikan yang terdiri dari para guru, kepala sekolah staf pendidikan dan siswa. *Kedua*, pelanggan Eksternal (*External Customer*), kategori keberadaan pelanggan ada

di luar perusahaan itu sendiri. Pelanggan eksternal keberadaannya berasal dari luar pendidikan. Adapun pelanggan eksternal dibagi menjadi tiga bagian, yaitu pelanggan eksternal primer meliputi calon peserta didik dan orang tua. Pelanggan eksternal sekunder yaitu masyarakat pada umumnya dan alumni. Pelanggan eksternal tersier adalah pemerintah dan *stakeholders*.

Pelanggan dalam penarikan kesimpulan di atas berperan sebagai pengguna jasa tertentu dalam misi dan tujuan yang telah direncanakan. Pengelompokan pelanggan yaitu pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Pelanggan dalam konteks pendidikan merupakan seseorang yang menggunakan jasa pendidikan untuk misi tertentu.



**Gambar 2** : Substansi Teoritik  
Kebutuhan dan Harapan Lembaga Pendidikan Islam

Upaya mewujudkan kualitas unggul kebutuhan dan harapan di lembaga pendidikan fokus terhadap optimalisasi pengembangan manajemen mutu terpadu pada satuan lembaga pendidikan. Hal tersebut dibutuhkan strategi dalam mewujudkan kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan madrasah atau sekolah. Berkaitan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan di lembaga pendidikan sangat representatif dengan kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan Islam. Hal tersebut memberikan makna pelayanan akademik dan non akademik terlaksana dengan optimal. Sebagaimana tertuang dalam firman Allah SWT. pada Alqur'an Surat An-Nahl ayat 125. Representatif dengan pelayanan dan kepuasan terhadap pelanggan utamanya di lembaga pendidikan Islam.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang

lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Representasi ayat di atas dalam dunia pendidikan yaitu pelayanan terhadap kepuasan dan kebutuhan pelanggan melalui berbagai tahap dan aspek-aspek yang perlu dijadikan (milestone). Hikmah (حِكْمَة) memberikan makna pelayanan secara terstruktur terhadap pelanggan internal dan eksternal dalam pengelompokan manajerial di lembaga pendidikan. Mau'idloh Hasanah (وَالْمَوْعِظَةُ الْحَسَنَةُ) memberikan makna membangun komunikasi yang baik terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut mampu memberikan kontribusi positif dengan tujuan mencapai kepuasan dan harapan pelanggan di lembaga pendidikan.

### Upaya Mewujudkan Kepuasan Pelanggan dalam Pendidikan Islam

Usaha membangun kepuasan pelanggan merupakan tantangan *reality* bagi sivitas akademik pada lembaga pendidikan khususnya seorang *leader* sebagai penggerak manajerial. Layanan pendidikan membutuhkan manajemen mutu terpadu untuk mengoptimalkan layanan akademik. Hal tersebut membutuhkan berbagai pendekatan dan teknik dalam upaya membangun kepuasan pelanggan dalam lembaga pendidikan. Optimalisasi penjaminan mutu pendidikan terhadap kepuasan pelanggan didasarkan pada pola *visionary leadership* kepala sekolah/madrasah dalam membangun kualitas layanan akademik. *Leader* sebagai penggerak terhadap sumberdaya manusia yang terdiri dari para tenaga dan karyawan personal. Hal tersebut dikuatkan oleh pendapat Prim Masrokan Mutahar (2014: 271), peran kepemimpinan dalam penyelenggaraan aktivitas suatu unit kerja dalam birokrasi pendidikan sangat dibutuhkan dalam pelaksanaan fungsi manajerial yang mencakup *planning, organizing, controlling and evaluating*. Pemimpin berperan membangun iklim lingkungan kerja yang mendukung optimalisasi pendayagunaan seluruh sumber daya yang tersedia, dan pelaksanaan program kerja secara efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan organisasi secara menyeluruh. Relevansi *visionary leadership* terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan di lembaga pendidikan sangat dibutuhkan dengan tujuan membawa kontribusi positif terhadap pengelolaan layanan pendidikan. Strategi pemimpin sangat berpengaruh pada kualitas pelayanan pendidikan. Pemimpin dalam mewujudkan lembaga pendidikan yang unggul utamanya dalam bidang pelayanan terhadap capaian harapan pelanggan, memerlukan pendekatan-pendekatan. Peran pendekatan tersebut bertujuan menjamin kepuasan terhadap pelanggan internal dan eksternal. *Pertama*, pendekatan religius, bertujuan memberikan *value* dalam penyampaian produk terhadap pelanggan yaitu dengan menanamkan karakter *profetik* pada sumber daya manusia yang ada. Hal tersebut merujuk pada sifat yang ada pada Nabi Muhammad SAW. mencakup sifat *Shidiq* berarti jujur. Sifat *shidiq* dalam kategori layanan

pendidikan islam yaitu jujur dalam melayani pelanggan dan loyal dalam bekerja sesuai rencana. Menurut Prim Masrokan (2018:154) Sifat *Fatonah* memiliki makna cerdas. Sifat *Fatonah* dalam kategori pengembangan mutu pendidikan yaitu cerdas dalam menginovasi seluruh produk atau program unggulan lembaga pendidikan. Sifat *Amanah* dalam pelayanan lembaga pendidikan yaitu dapat dipercaya dengan kinerja transparansi. Sifat *Tabligh* berarti menyampaikan. Pendidikan memberikan goresan pena struktural dalam menyampaikan visi dan misi yang telah direncanakan. Dalam lembaga pendidikan Islam, pendekatan religius yang relevan dengan sifat *profetik* dilatarbelakangi oleh firman Allah SWT. dalam Surat Al-Ahzab/33: 2.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ  
كَثِيرًا

Artinya: Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat dan yang banyak mengingat Allah. Ayat di atas menggambarkan Rasulullah SAW. adalah revolusi penggerak akhlak dan pakerti yang baik utamanya dalam lembaga pendidikan dalam membangun layanan yang baik terhadap pelanggan pendidikan. *Kedua*, pendekatan akademik. Secara sederhana pendekatan akademik dapat diartikan sebagai usaha manusia untuk membina kepribadiannya sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dan kebudayaan. Hal tersebut sesuai pendapat dari Abdullah Idi (2011: 125). Upaya lembaga madrasah atau lembaga sekolah dalam mengoptimalkan kebutuhan dan harapan pelanggan di lembaga pendidikan Islam terbagi menjadi dua kelompok yaitu; pelanggan internal secara autentik menyusun program unggulan lembaga pendidikan dengan tujuan memberikan kontribusi dan tercapainya *feed back* bagi pelanggan internal. Pelanggan eksternal, menciptakan *out put* yang berkualitas yang akan berkontribusi di tengah masyarakat sehingga terciptanya kepuasan pelanggan pendidikan. *Ketiga*, Pendekatan sistem yaitu sasaran pendekatan sistem dalam lembaga pendidikan adalah satu kesatuan yang saling bersinergi dan saling berkaitan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Strategi mewujudkan kebutuhan dan harapan pelanggan pelanggan di lembaga pendidikan Islam adalah dengan membangun sinergitas sistem yang kuat.

Tabel 2 Sinergitas Pendekatan Sistem dalam Layanan Pendidikan

| No. | Pelanggan Internal & Eksternal          | Relevansi   |
|-----|---|---|
| 1.  | Kepala Sekolah, Guru dan Staff Akademik | Hubungan baik dan Budaya kinerja adaptif serta komunikatif. |
| 2.  | Masyarakat                              | Terbangunnya hubungan yang harmonis masyarakat dengan       |

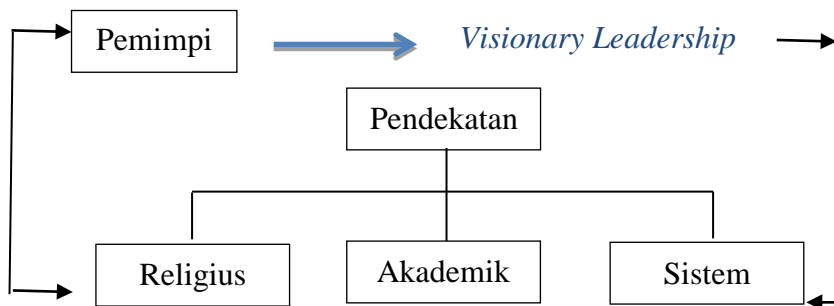


|    |            |  |
|----|------------|--|
|    |            | Sumber Daya Manusia di lembaga sekolah.  |
| 3. | Pemerintah | Membangun <i>Will Power &amp; Training Motivation</i> terhadap pelanggan pendidikan. |

Sinergitas di atas menjadi tugas kepala madrasah atau pimpinan pada satuan lembaga pendidikan untuk menciptakan hubungan yang harmonis sehingga terciptanya kualitas dan kuantitas mutu dalam memenuhi kebutuhan dan harapan terhadap pelanggan di lembaga pendidikan. Konteks hubungan sinergitas di atas merujuk pada firman Allah SWT. Surat Al-Hujurat Ayat 10.

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat rahmat. Ayat di atas merepresentasikan sinergi antar pihak lembaga sekolah dan masyarakat serta pemerintah harus saling berkesinambungan dalam ikatan yang kuat. Hal tersebut memberikan pengaruh dalam pengembangan mutu pada lembaga pendidikan. Pemimpin dalam lembaga pendidikan berperan mengupayakan dan mengoptimalisasikan terhadap layanan pendidikan yang bermutu sehingga pelanggan pendidikan mampu memberikan masukan dan saran terhadap program perencanaan yang telah disepakati bersama.



Gambar 3 : Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan dalam pendidikan Islam

### Tindak lanjut Kepuasan Pelanggan di Lembaga Pendidikan Islam

Tindak lanjut sebagai pelaksanaan fungsi manajemen yaitu *evaluation* memberikan makna langkah strategis menuju situasi yang lebih baik serta menjadi jaminan tercapainya tujuan yang telah direncanakan sesuai pendapat dari Didin Fatihudin (2019: 176). Layanan pendidikan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan eksternal dan internal dilaksanakan dengan beberapa perencanaan program tindak lanjut lembaga sekolah.

Tabel 3 : Program Tindak Lanjut Layanan Prima Lembaga Sekolah

| No. | Program Pelayanan Pelanggan   | Tindak Lanjut  |
|-----|---|--|
| 1.  | Kotak Saran Pelanggan   | Masukan dan kritikan terhadap evaluasi pelayanan   |
| 2.  | Audiensi / Menghadirkan Pelanggan<br>- Pertemuan Wali<br>- Mitra Lembaga<br>- Anjangsana Lembaga / Vistasi Akademik | Terjalin kepuasan dan keuntungan antar pelanggan.  |
| 3.  | <i>Research</i><br>- Penelitian Tindak Kelas<br>- Penelitian dan Evaluasi Kepegawaian                               | Sekolah melaksanakan <i>Survei</i> Mengetahui kekurangan dan kelebihan untuk ditindak lanjuti. |

Program tindak lanjut di atas memberikan inovasi dan pengembangan dalam memenuhi kapabilitas lembaga sekolah dalam melayani pelanggan sehingga tercapainya kebutuhan dan harapan pelanggan di lembaga pendidikan.

## KESIMPULAN

Suatu estimasi yang telah direncanakan dan diinginkan dalam memenuhi kebutuhan pokok dan harapan fisik melalui waktu dan tempat yang tersedia. Lembaga pendidikan memberikan pelayanan terhadap pelayanan pelanggan internal dan eksternal di lembaga pendidikan Islam.

Upaya dalam mewujudkan kepuasan pelanggan pendidikan dibutuhkan seorang pemimpin yang visioner dalam menggapai kepuasan pelanggan yaitu dengan melaksanakan pendekatan religius, pendekatan akademik, dan pendekatan sistem yang saling berkaitan dan bersifat *Continue*.

Tindak lanjut terhadap kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan yaitu dengan optimalisasi kotak saran, audiensi dan research atau penelitian. Hal ini dilakukan oleh pelanggan pendidikan internal maupun eksternal dengan tujuan mencapai tujuan yang telah direncanakan yaitu tercapainya mutu dan kualitas layanan pada lembaga pendidikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Depertemen Agama Republik Indonesia, 2012, *Al Qur'an Terjemah* (Surabaya: Pustaka Agung).
- Depertemen Agama Republik Indonesia, 2012. *Al Qur'an Terjemah* Surabaya: Pustaka Agung.
- Effendi, Mahmud. dkk. 2018, *Bahasa dan Sastra Indonesia*, Solo: Citra Aji Pratama.
- Fitri, Agus Zaenul. 2022. *Sistem Pejaminan Mutu Pendidikan*, Malang: Madani.
- Fatihudin, Didin. 2019. *Pemasaran Jasa Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyality Pelanggan*, Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Mutohar, Prim Masrokan. 2014. *MANAJEMEN MUTU SEKOLAH, Strategi Peningkatan Mutu dan Daya Saing Lembaga Pendidikan*, Yogyakarta : AR-RUZZ MEDIA.
- Mutohar, Prim Masrokan, dkk. 2018. *Manajemen Pendidikan Karakter Berbasis Profetik*, Tulungagung: IAIN Tulungagung Press.
- Pidarta, Made. 2009. *Layanan Pendidikan Konteksual*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Rahmat Hidayat dan Candra Wijaya, 2010. *Ayat-ayat Alquran tentang Manajemen Pendidikan Islam*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia.
- Syaiful, H. & Sahala, 2010. *Supervisi Pembelajaran dalam Profesi Pendidikan*. Cet. I. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, Hendro. 2014, *Manusia Utuh, Sebuah Kajian atas Pemikiran Abraham Maslow*, Yogyakarta, PT Kanisius.
- Sutarto, 2015. *Manajemen Mutu Terpadu (MMT-TQM) Teori dan Penerapan Di Lembaga Pendidikan*, Uny Press, Yogjakarta.
- Su'aidah, 2011, *Komunikasi Psikologi Kepribadian*, UNY Press, Yogyakarta.
- Idi, Abdullah. 2011. *Sosiologi Pendidikan: Individu, Masyarakat, dan Pendidikan* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.