

# Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di Lembaga Pendidikan Islam

Desy Sri Setyo Wati<sup>1✉</sup>, Prim Masrokan Mutohar<sup>2</sup>, As'aril Muhajir<sup>3</sup>

(1) Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Ramatullah Tulungagung, Jawa Timur

(2) Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Ramatullah Tulungagung, Jawa Timur

(3) Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Ramatullah Tulungagung, Jawa Timur

✉ Corresponding author  
([Desysrisetyawati@gmail.com](mailto:Desysrisetyawati@gmail.com))

## Abstrak

Pelayanan dan kepuasan pelanggan akan mempengaruhi jumlah pelanggan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan, khususnya lembaga pendidikan islam perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan agar menunjukkan citra yang baik dan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan islam lainnya. Artikel ini menguraikan tentang pelayanan dan kepuasan pelanggan didalam lembaga pendidikan islam. Fokus pada artikel ini tentang pengertian pelayanan dan kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan islam serta faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tujuan artikel ini adalah memaparkan pelayanan dan kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan islam. Artikel ini menggunakan metode penelitian kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber literatur berupa buku, artikel, dan jurnal yang relevan. Hasil dari penelitian ini berupa simpulan berbagai sumber literatur mengenai pelayanan dan kepuasan di lembaga pendidikan islam.

**Kata Kunci:** *Pelayanan, Kepuasan pelanggan, Institusi Pendidikan Islam*

## Abstract

Customer service and satisfaction will affect the number of customers. Therefore, educational institutions, especially Islamic educational institutions need to improve service quality and satisfaction in order to show a good image and be able to compete with other Islamic educational institutions. This article describes customer service and satisfaction in Islamic educational institutions. The focus in this article is on the meaning of service and customer satisfaction in Islamic educational institutions and the factors that influence customer satisfaction. The purpose of this article is to describe customer service and satisfaction in Islamic educational institutions. This article uses the library research method by collecting data from various literary sources in the form of books, articles, and relevant journals. The results of this study are in the form of conclusions from various sources of literature regarding service and satisfaction in Islamic educational institutions.

**Keywords:** *Service, Customer Satisfaction, Islamic Educational Institutions*

## PENDAHULUAN

Kualitas atau mutu merupakan hal yang mendominasi di dalam dunia pendidikan. Hal tersebut tidak terlepas dari dunia pendidikan, khususnya lembaga pendidikan islam. Dewasa ini lembaga pendidikan islam saling berlomba untuk mencapai predikat kualitas yang baik, sehingga menjadi acuan pelayanan pendidikan. Selain itu mengukur kualitas tidak hanya terpusat pada peserta didik, tetapi secara keseluruhan dari lembaga pendidikan islam tersebut. Penyelenggaraan pendidikan Islam yang formal yang bermutu sangat berkaitan erat dengan ketepatan dalam mengidentifikasi, memformulasi, mengemas, serta menjabarkan kebijakan, strategis dan program operasional

pendidikan. Ini berarti bahwa kemampuan manajerial kepala sekolah dan layanan profesional tenaga pendidikan perlu dikembangkan dan difungsikan secara optimal. Oleh sebab itu sekolah sebagai unit kerja terdepan yang langsung berhubungan dengan kebutuhan riil di bidang pendidikan, sudah saatnya untuk memiliki otonomi kerja dalam menjalankan manajemen di sekolahnya. Di bawah kepemimpinan kepala sekolah yang profesional, mereka diharapkan mampu menampilkan dan mengembangkan diri serta memberikan pelayanan yang maksimal sesuai dengan potensi yang pada gilirannya dapat meningkatkan mutu pendidikan di Institusinya. Dengan demikian kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam yang formal menjadi semakin meningkat.

Layanan merupakan persoalan yang serius bagi para manajer, termasuk manajer pendidikan Islam. Ini terutama ketika mereka menghendaki peningkatan di segala bidang sebagai modal dasar dalam memajukan lembaga pendidikan yang dikendalikannya. Terlebih lagi bagi manajer yang merencanakan lembaganya bisa lebih baik dari lembaga lain tentu pelayanan menjadi salah satu komponen pengelolaan pendidikan yang harus mendapat perhatian khusus, (Qomar, 2007). Pelayanan dalam pendidikan Islam mencakup berbagai hal, seperti pelayanan pembelajaran, pelayanan kepegawaian, pelayanan keuangan dan pelayanan kesejahteraan.

Falsafah yang harus diimplementasikan oleh manajer lembaga pendidikan Islam adalah falsafah penjual. Sebagai penjual yang baik ada sikap-sikap tertentu yang ditampilkan kepada para pembeli, antara lain; (1) Berusaha memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat, berusaha bersikap ramah, (3) Berusaha memotong harga yang bersaing, (4) Berusaha menghibur pembeli, (5) Berusaha bersikap jujur, dan (6) Berusaha mampu menahan diri dari perasaan kecewa jika ada pembeli yang bersikap kurang menyenangkan (Qomar, 2007).

Perilaku penjual ini harus dikondisikan kepada seluruh individu yang terlibat pengelolaan lembaga pendidikan Islam, mulai dari manajer puncak, manajer madya dan manajer terendah, hingga staf-staf paling bawah sekalipun. Mereka harus memiliki satu tekad yang sama untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada siapa saja, baik melalui ucapan maupun tindakan. Dengan demikian, kunci agar sebuah lembaga atau perusahaan tetap eksis adalah dengan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya (retensi) (Ekowati, 2006).

Sejalan dengan penelitian ini, terdapat penelitian terdahulu mengenai pengelolaan layanan dan kepuasan pelanggan. Hadiwijaya (2011) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kepuasan siswa dalam layanan pendidikan berupa ketersediaan sarana dan media belajar, kenyamanan ruang belajar, lokasi gedung sekolah yang strategis, materi pelajaran yang sesuai dengan kebutuhan kerja, jadwal belajar yang akurat, keramahan dan kesopanan staff merupakan hal yang sangat penting dalam menggunakan jasa El Rahma Palembang. Rahmawati (2013) membuktikan di dalam penelitiannya bahwa profesionalisme dosen memperoleh suara terbanyak terkait hal yang mempengaruhi kepuasan lembaga pendidikan. Arwanda, dkk (2014) mengungkapkan bahwa hal yang perlu dilakukan oleh perguruan tinggi untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa yaitu meningkatkan kinerja pelayanan staf akademik dan staf praktikum. Selain itu untuk meningkatkan persepsi mahasiswa terhadap citra perguruan tinggi diperlukan peningkatan kinerja fasilitas utama dan pelayanan staf praktikum. Tanjung, dkk (2019) menambahkan bahwa faktor penentu kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan perguruan tinggi yaitu tangibles, reability, responsiveness, assurance, dan empathy. Lebih lanjut Sari dan Prasetyo (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kepemimpinan kepala sekolah, motivasi guru, dan kualitas pelayanan pendidikan secara simultan dan parsial tidak mempengaruhi kepuasan orang tua siswa secara signifikan. Variabel kualitas pelayanan pendidikan yang secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan orang tua siswa.

Berdasarkan permasalahan serta rujukan penelitian terdahulu membuat peneliti tertarik melakukan penelitian sejenis. Peneliti ingin mengkaji mengenai pelayanan dan kepuasan di lembaga pendidikan. Namun pada penelitian kali ini, peneliti ingin memfokuskan meneliti kajian pustaka mengenai pelayanan dan kepuasan di lembaga pendidikan islam. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan informasi terhadap pembaca khususnya pengelola lembaga pendidikan islam mengenai langkah untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan orang tua murid maupun murid.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode kepustakaan. Metode kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber literatur berupa buku, artikel, jurnal, yang relevan berfokus pada pelayanan dan kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan Islam. Literatur yang digunakan yakni sebanyak 7 artikel ilmiah. Tahapan pengumpulan data melalui editing, organizing, dan penemuan hasil data. Kemudian melakukan penarikan kesimpulan sesuai dengan kajian pustaka yang ditemukan. Berikut langkah penelitian kajian pustaka yang dilakukan peneliti,

**Gambar 1. Langkah-langkah Penelitian**



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, peneliti telah menemukan dokumen dari berbagai literatur terkait pelayanan dan kepuasan lembaga pendidikan Islam. Hasil yang diperoleh peneliti yakni menemukan 7 sumber penelitian mengenai kajian yang diteliti. Berikut hasil data yang diperoleh peneliti,

**Tabel 1. Hasil Penelitian Kajian Pustaka**

No.	Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian
1	FM	2015	Faktor dan Indikator Mutu Pendidikan Islam
2	MMS	2017	Pemasaran dan Upaya dalam Memperngaruhi Harapan Stakeholder dalam Lembaga Pendidikan Islam
3	NY	2017	Urgensi Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran di Lembaga Pendidikan Islam
4	BAS	2018	Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Pendidikan Di Sd Integral Lukman Al Hakim Jember
5	WS	2019	Tinjauan Total Quality Management (TMQ) pada Lembaga Pendidikan Islam.
6	SRM	2019	Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor
7	NAD	2020	Kualitas Pelayanan Pendidikan Islam dalam Mencapai Kepuasan Pelanggan/Peserta Didik di MTs Pacet Mojokerto.

Mubarak (2015) mengungkapkan bahwa manajemen peningkatan mutu pendidikan di sekolah merupakan suatu metode peningkatan mutu yang bertumpu kepada pendidikan serta mengaplikasikan sekumpulan teknik berdasarkan ketersediaan data kuantitatif dan kualitatif. Selain itu pemberdayaan komponen sekolah secara berkesinambungan juga mampu meningkatkan

kapasitas dan kebutuhan peserta didik dan masyarakat. Mukhtar (2017) melalui penelitiannya menyatakan bahwa pemasaran harus berorientasi kepada pelanggan (peserta didik). Oleh karena itu untuk mengetahui kebutuhan dan menarik pelanggan (peserta didik) dibutuhkan langkah-langkah strategis berupa identifikasi pasar, segmentasi pasar dan positioning, diferensiasi produk, komunikasi pemasaran, dan pelayanan sekolah. Selain itu dibutuhkan alat bauran pemasaran atau yang disebut dengan 7P.

Yaqien (2017) melakukan penelitian serupa. Hasil dari penelitiannya adalah lembaga pendidikan islam perlu mengetahui konsep layanan prima. Melalui konsep tersebut diharapkan mampu meningkatkan layanan yang optimal, sehingga terciptanya pembelajaran yang bermutu. Layanan prima bisa menjadi solusi untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan lembaga pendidikan islam. Setiawan (2018) mengungkapkan di dalam penelitiannya bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada kategori tinggi dengan prosentasi sebesar 99,9% pada peserta didik dan 84,5% pada orang tua. Penelitiannya menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan uji validitas instrumen menggunakan SPSS. Aspek yang diteliti yaitu *tangibles*, *reability*, *resposiviness*, dan *assurance*.

Septiadi (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa Total Quality Management (TMQ) mampu menjadi sebuah metode sebuah yang mampu membantu institusi mengelola perubahan dan menyusun agenda untuk menanggapi tekanan dari faktor eksternal. Fokus utama TMQ adalah tahapan proses dan tercapainya tujuan yang telah ditentukan. Itu semua diawali dengan perbaikan kualitas mutu. Implementasi TMQ berkaitan dengan visi dan misi pada sebuah organisasi/lembaga. Ada beberapa strategi yang dapat ditawarkan pada lembaga pendidikan islam, antara lain *relationship marketing*, *superior customer service*, *unconditonal guarantes/extraordinary guarantees*. Memperkuat pendapat Mukhtar, Sarifudin dan Mayra (2019) melakukan penelitian sejenis. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa pentingnya pelaksanaan bauran pemasaran jasa di lembaga pendidikan islam. Pelaksanaan bauran pemasaran jasa pada MAT Darul Fallah Bogor antara lain, strategi produk, startegi harga, strategi lokasi, strategi promosi, strategi orang/SDM, strategi bukti fisik, dan strategi proses. Implementasi bauran tersebut mampu meningkatkan kepuasan pelanggan di MAT Darul Fallah Bogor.

Arafah, dkk (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa adanya peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pada lembaga pendidikan islam di Pacet Mojokerto. Sarana dan prasarana ditingkatkan dengan baik. Adanya sistem antar jemput bagi peserta didik dengan jarak jangkauan pacet dan sekitarnya. Selain itu, terdapat relevansi antara harapan dan keinginan serta komunikasi yang terjalin oleh pihak sekolah dan *stakeholders*. Secara umum yang menjadi faktor pertimbangan adalah kebutuhan mayoritas yang lebih diutamakan. Namun, terdapat tantangan mengenai terbesar lembaga pendidikan islam yakni lulusan dari lembaga pendidikan islam akan dipandang sebagai murid dengan karakter yang alim karena menguasai materi agama. Oleh karena itu lembaga pendidikan harus memiliki kriteria minimal kompetensi lulusan. Hal tersebut mampu menjadi ciri otentik sebuah lembaga.

## Pelayanan Pelanggan

Pelanggan adalah setiap orang, unit, atau pihak dengan siapa kita bertransaksi, baik langsung maupun tidak langsung dalam penyediaan produk (Kotler dan Kevin, 2003). "*Customer satisfaction is the result of your customer perceiving that your organization has met or exceeded his or her expectations regarding overall conduct and key performance criteria (which you have identified as being critical)*", (Terry, 2002). Lebih lanjut Gasperz (1997) memberikan beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu: (1) Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung kepada kita, tetapi kita yang tergantung padanya; (2) Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya; (3) Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan; (4) Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang tidak dapat dihapuskan. Dari beberapa pengertian di atas tentang pelanggan, maka disimpulkan bahwa pelanggan adalah seseorang yang memiliki peran penting yang dapat memberi dampak positif bagi organisasi. Maka dari itu, pelanggan harus diistimewakan dengan memberikan apa yang diharapkan pelanggan bisa terpenuhi dan pelanggan pun merasa puas.

Rahmayanty (2010) mengidentifikasi jenis-jenis pelanggan sebagai pelanggan internal dan eksternal. Pelanggan Internal adalah orang-orang di dalam organisasi yang pelayanannya

tergantung pada anda dan hanya memiliki sedikit pilihan atau tidak memiliki pilihan sama sekali untuk menerima pelayanan dari anda. Lebih lanjut, pelanggan eksternal adalah orang-orang di luar organisasi/perusahaan yang pelayanannya tergantung pada anda dan berbisnis dengan anda karena pilihan mereka sendiri.

Pelanggan eksternal utama madrasah adalah siswa dan sekaligus sebagai input utama (main input) yang akan diproses menjadi lulusan. Pelanggan eksternal kedua dan seterusnya adalah orang tua, dunia usaha, pemerintah dan pendidikan lebih lanjut. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, bahwa sekolah yang bermutu adalah sekolah yang dapat memenuhi atau melebihi keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggannya. Pelanggan internal madrasah diantaranya pimpinan madrasah, guru, dan tenaga kependidikan. Menurut Zazin (2013) dalam dunia pendidikan yang termasuk pelanggan dalam adalah pengelolaan institusi pendidikan, misalkan manajer, guru, staf dan penyelenggara institusi. Sedangkan, pelanggan luar adalah masyarakat, pemerintah dan dunia industri. Jadi, suatu lembaga pendidikan disebut bermutu apabila antara pelanggan internal dan eksternal telah terjalin kepuasan atas jasa yang diberikan. Bentuk layanan yang ada dalam lembaga pendidikan ada dua, diantaranya adalah:

1) Layanan Pokok

Layanan untuk memenuhi kebutuhan peserta didik yang berhubungan dengan pelayanan di madrasah, dalam menjalankan tugasnya kepala madrasah dibantu oleh para personil profesional madrasah yang dipekerjakan pada sistem madrasah diantaranya adalah:

- a. Personil pelayanan pengajaran, terdiri dari orang-orang yang bertanggung jawab pokoknya ialah mengajar, baik sebagai guru kelas, guru kegiatan ekstrakurikuler, tutor dan lain-lain.
- b. Personil pelayanan administrasi, meliputi mereka yang mengarahkan, memimpin dan mengawasi personil lain dalam operasi sekolah serta bagian-bagiannya.
- c. 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.
- d. 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

2) 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,

- a. 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.
- b. 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 keamanan, melindungi barang-barang milik sekolah, dan memajukan citra masyarakat yang sesuai.
- c. Pelayanan kesehatan dan keamanan  
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 (Sutisno, 1985).

Strategi yang bisa diterapkan lembaga pendidikan untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan antara lain (Septiadi, 2019),

- 1) *Relationship marketing*, hubungan baik yang bersifat berkelanjutan dan tidak berakhir.
- 2) *Superior customer service*, nilai tambah yang diberikan oleh lembaga pendidikan berupa pengembangan kompetensi lanjut diluar kompetensi yang akan dimiliki peserta didik.
- 3) *Unconditonal guarantes/extraordinary guarantees*, penyedia jaminan istimewa untuk mengurangi kerugian pelanggan ketika merasa kurang puas dengan jasa yang diberikan lembaga.

Mukhtar (2017) menambahkan perlunya alat untuk mencapai kepuasan pelanggan. Alat tersebut sebagai langkah dalam pemasaran adalah bauran pemasaran 7P. Alat tersebut terbagi menjadi 2 yakni 4P tradisional yang digunakan dalam pemasaran barang dan 3P yang digunakan sebagai perluasan bauran pemasaran. Unsur 4P yang dimaksud yaitu produk (*product*), jasa yang ditawarkan dan harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Unsur 3P adalah orang/SDM (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*).

### Kepuasan Pelanggan di Lembaga Pendidikan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk/jasa yang dipikirkannya terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan, (Ekowati, 2008). Kepuasan konsumen adalah evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak dengan tujuan/ pemakaiannya. (Tjiptono, 2004). Kepuasan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Konsumen yang puas akan membeli produk lain yang dijual oleh institusi, sekaligus menjadi pemasar yang efektif melalui *word of mouth* yang bernilai positif. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja yang diterima dan yang diharapkan, 5 (lima) faktor utama yang harus diperhatikan oleh institusi atau lembaga pendidikan yaitu; (1) kualitas pelayanan, (2) kualitas produk (3) emosional konsumen (4) harga dan (5) biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu jasa cenderung puas terhadap jasa tersebut, (Musanto, 2004). Mutu harus direncanakan dengan baik untuk menghasilkan hal yang diinginkan. Oleh karena itu adanya *trilogy mutu* berupa perencanaan mutu, pengawasan mutu, dan perbaikan mutu (Mubarak, 2015).

Sejalan dengan itu, Yaqien (2017) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa pelayanan prima mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan prima dapat ditunjukkan dengan adanya indikator perilaku pegawai antara lain, pelayanan ramah, beriskap sopan dan penuh hormat, tampil yakin, memberikan kesan ceria, berpenampilan rapi, senang bergaul, mudah memaafkan, senang belajar dari orang lain, senang pada hal-hal yang etis dan wajar, dan pandai menyenangkan orang lain.

### Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Pelanggan sekolah akan merasa puas terhadap pelayanan kepala madrasah ketika harapan atau keinginannya terpenuhi. Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Terdapat 7 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya : a). Nilai; b) Daya saing; c) Persepsi pelanggan; d) Harga; e) Citra; f) Tahap pelayanan; g) Momen pelayanan; h) Tingkat kepentingan pelanggan. (Rangkuty, 2002), Bila dijabarkan hubungannya dengan kepuasan pelanggan madrasah adalah sebagai berikut:

- a. Nilai, merupakan manfaat atau hasil yang diperoleh dari suatu produk atau jasa menurut persepsi pelanggan. Produk atau jasa yang dinikmati akan memberikan nilai tersendiri bagi pelanggan yang menggunakannya. Jika pelanggan merasakan pelayanan sekolah sesuai dengan keinginan atau harapan, maka pelanggan memperoleh nilai yang sesuai dengan harapannya. Karena belum tentu pelanggan menganggap produk atau jasa yang diberikan sekolah bernilai sesuai keinginannya.



- b. Daya saing, pelayanan sekolah harus memiliki daya saing dengan produk jasa lainnya, karena jika pelayanan yang diberikan tidak memiliki daya saing, maka dikhawatirkan pelanggan kecewa, tidak puas dan bisa beralih ke produk lainnya.
- c. Persepsi pelanggan, berkaitan dengan persepsi pelanggan yang menerima pelayanan sekolah ketika pelanggan mendapatkan pelayanan bagus di sekolah maka persepsi pelanggan akan berkorban sesuai dengan pelayanan yang diperoleh
- d. Harga, pelanggan akan merasa puas jika harga yang dikeluarkan dan pelayanan yang diberikan sebanding. Namun sebaliknya jika harga tinggi dan pelayanan yang diberikan kurang baik, maka pelanggan merasa tidak puas.
- e. Citra, citra berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Citra buruk akan mudah mempengaruhi pelayanan madrasah, namun jika citra baik maka akan memudahkan pelanggan untuk menerima pelayanan sekolah.
- f. Tahap pelayanan, pelanggan tidak secara langsung akan merasakan kepuasan, namun pelanggan akan merasa puas ketika mendapatkan pelayanan pada tahapan-tahapan tertentu.
- g. Momen pelayanan, pelanggan merasakan kepuasan terhadap setiap momen pelayanan yang terdiri dari bentuk pelayanan, proses berlangsungnya pelayanan, dan lingkungan yang mendukung pelayanan tersebut terlaksana.
- h. Tingkat kepentingan pelanggan, pelanggan yang memiliki kepentingan tinggi terhadap pelayanan madrasah, maka pelanggan tersebut akan merasa puas jika sekolah memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat kepentingan pelayanan yang diinginkan pelanggan.

Hannah & Karp dalam Rahmawati (2013) berpendapat bahwa untuk menciptakan kepuasan pelanggan suatu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen yang dianggap paling penting yang disebut "*The Big Eight factors*". Secara umum faktor-faktor tersebut dibagi menjadi tiga kategori. Pertama, faktor-faktor yang berhubungan dengan produk, seperti kualitas produk, hubungan antara nilai sampai pada harga, bentuk produk, dan keandalan. Kedua, faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan, seperti jaminan dan respon dan cara pemecahan masalah. Ketiga, faktor-faktor yang berhubungan dengan pengalaman penjualan, seperti pengalaman karyawan, serta kemudahan dan kenyamanan.

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu : *service quality*, biaya dan kemudahan, yang apabila dijabarkan dalam institusi sekolah adalah sebagai berikut: a) *service quality*, memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. hal ini berarti apabila pelayanan madrasah ditingkatkan maka kepuasan pelanggan sekolah pun akan meningkat. b) Biaya, hal ini berarti apabila sekolah menetapkan harga gaji guru disesuaikan dengan beban kerja maka guru akan merasakan kepuasan. c) Kemudahan, berpengaruh terhadap kepuasan siswa. Hal ini berarti jika sekolah memberi kemudahan dalam pelayanan administrasi, kemudahan mengakses teknologi untuk pembelajaran, maka kepuasan pelanggan sekolah akan meningkat, (Suhaji, 2012 ) Beberapa pendapat di atas menjelaskan bahwa proses terjadinya kepuasan pelanggan tidak terbentuk dengan sendirinya melainkan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Namun faktor-faktor tersebut tidak semuanya dapat bekerja untuk mempengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Hal tersebut disebabkan karena setiap pelanggan tidak sama dan memiliki persepsi berbeda atas kepuasan yang dirasakan. Setiap pelanggan masing-masing mengalami sendiri rasa kepuasan atau ketidakpuasan, hal demikian terjadi karena rasa kepuasan atau ketidakpuasan tidak bisa diwakilkan hanya dengan satu atau dua orang pelanggan.

## KESIMPULAN

Pelayanan dalam pendidikan islam mencakup berbagai hal seperti, pelayanan pembelajaran, pelayanan kepegawaian, pelayanan keuangan dan pelayanan kesejahteraan. Tugas dari lembaga pendidikan Islam adalah memberikan pelayanan maksimal pada para pelanggan. Kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan islam sebagai suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan pelanggan, dalam arti semua yang dibutuhkan dapat diterima sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Makin tinggi kapasitas kebutuhan yang terpenuhi, maka makin tinggi pula kepuasan yang diterimanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arafah, Novira, dkk. 2020. "Kualitas Pelayanan Pendidikan Islam dalam Mencapai Kepuasan Pelanggan/Peserta Didik di MTs Pacet Mojokerto." *Inovatif*, Vol. 6, No. 2, September 2020.
- Ekowati, Titin. 2006. "Pengelolaan Service Quality: Dampaknya Terhadap Customer Satisfaction." *Fokus Ekonomi*, Vol. 5, No. 3, Desember 2006.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Gaspers, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hadiwijaya, Hendra. 2011. "Persepsi Siswa Terhadap Pelayanan Jasa Pendidikan Pada Lembaga Pendidikan El Rahma Palembang." *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntasni*, Vol. 1, No. 3, September 2011.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Mubarak, Faisal. 2015. "Faktor dan Indikator Mutu Pendidikan Islam." *Jurnal Management of Education*, Vol. 1, Issue 1.
- Mukhtar S. M. 2017. "Pemasaran dan Upaya dalam Memperngaruhi Harapan Stakeholder dalam Lembaga Pendidikan Islam." *Jurnal Tarbawi*, Vol. 14, No. 2, Juli-Desember 2017.
- Musanto, T. 2004. "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 6, No. 2.
- Musanto. 2004. "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV Sarana Media Advertising Surabaya." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6 No. 2, September 2004: 123-136.
- Qomar, Mujmil. 2007. *Manajemen Pendidikan Islam*. Malang: PT Erlangga.
- Rahmawati, Diana. 2013. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa". *Jurnal Economia*, Vol. 9, No. 1, April 2013.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN - JP*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rohiat. 2010. *Manajemen Sekolah: Teori Dasar dan Praktik*, Bandung: Refika Aditama.
- Sari, Tika N. & M. N. Prasetyo. 2020. "Dapatkah Kepemimpinan Kepala Sekola, Motivasi Guru dan Kualitas Pelayanan Pendidikan Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Siswa." *Jurnal Edutech*, Vol. 6, No. 1, Maret 2020.
- Sarifudin & Rehendra Maya. 2019. "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor." *Islamic Management : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 2, No. 2, Juli 2019.
- Setiawan, Bahas Agus. 2018. "Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Pendidikan di SD Integral Lukman Al Hakim Jember." *Jurnal Tarim*, Vol. 1, No. 2, September 2018.
- Suhaji, Indra Aditia. 2012. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada UD Pandana Wangi Semarang." *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, Vol 1, No. 1.
- Sutisao, Oteng. 1985. *Administrasi Pendidikan*, Bandung : Angkasa.
- Tanjung, Rahman, dkk. 2019. "Manajemen Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Pembelajaran (Studi Kasus di STIT Rakeyan Santang Karawang)." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, Vol. 3, No. 1, Januari-April 2019.
- Terry G. Vavra, 2002. "Customer Satisfaction Measurement Simplified: a Step-by-step-guide for ISO 9001:2000 Certification." *Milwaukee: ASQ Quality Press*.
- Terry, George R. 1986. *Azas-azas Management*. Bandung: Alumni.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Vincent Gasperz, 1997. *Manajemen Kualitas*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyu. 2019. "Tinjauan Total Quality Management (TMQ) pada Lembaga Pendidikan Islam." *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 4, No. 5, Tahun 2019.
- Yaqien, Nurul. 2017. "Urgensi Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran di Lembaga Pendidikan Islam." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni 2017.
- Zazin, Nur. 2013. *Gerakan Menata Mutu Pendidikan: Teori dan Aplikasi*, Ar- Ruzz Media: Yogyakarta.