

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Kualitas Layanan Pendidikan

2.1.1.1 Manajemen Mutu

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang memiliki arti mengatur (mengelola). Menurut Hasibuan (2014, hlm. 2) menjelaskan manajemen adalah ilmu dan seni yang mengatur proses dan pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Manajemen dapat diartikan sebagai suatu kemampuan untuk mengatur dengan memanfaatkan segala sesuatu guna mencapai tujuan yang ditetapkan.

Saat ini semua lembaga pendidikan termasuk sekolah berorientasi pada mutu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, mutu adalah ukuran baik buruk suatu benda, keadaan taraf atau derajat (kepandaian, kecerdasan, dan sebagainya). Adapun menurut Nanang Fatah (2017, hlm. 2) mutu merupakan suatu kemampuan (*ability*) yang dimiliki oleh sebuah produk atau jasa (*service*) yang dapat memenuhi kebutuhan atau harapan, kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Zazin (2014, hlm. 57) standar mutu menentukan ukuran pengawasan untuk memastikan bahwa produk jadi atau jasa sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan. Menurut Deming (dalam Suryadi, 2017, hlm. 23) menjelaskan bahwa mutu harus bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan sekarang dan di masa yang akan datang. Sehingga dapat dikatakan mutu adalah suatu standar untuk produk atau jasa yang dapat memenuhi syarat, keinginan, dan kebutuhan pelanggan sehingga dapat tercipta rasa puas.

Pada prinsipnya mutu berorientasi dan bergantung pada pelanggan. Maka dari itu dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan, perlu dilakukannya perbaikan secara berkesinambungan melalui manajemen mutu. Tujuan dari manajemen mutu yaitu untuk memastikan bahwa produk dan layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut Purnama (2019, hlm. 90) mengemukakan bahwa manajemen mutu adalah kegiatan yang dilakukan untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang dihasilkan memenuhi standar yang ditetapkan dan kebutuhan pelanggan melalui penggunaan metode pengendalian mutu dan perbaikan proses secara berkelanjutan. Manajemen mutu merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk melakukan perbaikan terus menerus atas jasa, produk, manusia, dan lingkungan. Adapun menurut Nawawi (2005, hlm. 46) menyatakan bahwa mutu terpadu adalah manajemen fungsional dengan pendekatan yang secara terus menerus difokuskan pada peningkatan kualitas, agar produknya sesuai dengan standar kualitas dari masyarakat yang dilayani dalam pelaksanaan tugas pelayanan umum dan pembangunan masyarakat (*Community Development*).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen mutu merupakan upaya yang dilakukan dengan perbaikan secara terus menerus dengan tujuan untuk menghasilkan produk dan layanan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen secara konsisten. Sebab kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan kepercayaan pada pelanggan terhadap kualitas layanan yang akan berpengaruh pada keberhasilan jangka panjang suatu lembaga.

Sekolah sebagai lembaga pendidikan formal yang memiliki peran dalam kemajuan pendidikan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan sekolah yaitu dengan menciptakan pendidikan yang bermutu, maka dibutuhkan manajemen mutu dalam pendidikan. Mutu dalam pendidikan merupakan kebutuhan primer yang perlu ditingkatkan agar sekolah mampu berdaya saing seiring dengan perubahan zaman dan semakin tingginya kebutuhan dan tuntutan kehidupan masyarakat.

Manajemen mutu dalam pendidikan sering disebut dengan *Total Quality Management* (TQM) yang dijelaskan oleh Edward Sallis (2008, hlm. 59) yaitu TQM (*Total Quality Management*) adalah tentang usaha menciptakan sebuah kultur mutu, yang mendorong semua anggota stafnya untuk memuaskan para pelanggan. Menurut Abdurrahman (2020, hlm 110-112) menjelaskan bahwa manajemen mutu pendidikan sebagai upaya sistematis untuk merancang, melaksanakan, dan

mengevaluasi proses pendidikan agar sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan, guna mencapai kepuasan semua pemangku kepentingan pendidikan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen mutu pendidikan yaitu upaya yang dilakukan lembaga pendidikan dalam melakukan perbaikan secara terus menerus dan berkesinambungan dengan cara meningkatkan segala sumber daya dan kemampuan yang dimiliki oleh lembaganya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan pendidikan dan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.

2.1.1.2 Pemasaran Jasa Pendidikan

Menurut Kotler dan Keller (2009, hlm. 5) menjelaskan bahwa pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Adapun menurut William J. Santon (dalam Azan, dkk, 2021, hlm. 65) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses dalam merancang, mengkomunikasikan, dan mendistribusikan nilai produk atau jasa kepada konsumen dengan tujuan mampu memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan.

Perkembangan yang pesat saat ini menyebabkan semakin banyaknya industri jasa, termasuk didalamnya jasa pendidikan. Semakin banyaknya industri jasa, maka semakin tinggi tingkat persaingan tersebut. Maka dari itu, diperlukan pemasaran jasa agar industri jasa mampu berdaya saing dan mempertahankan eksistensinya.

Menurut Payne (dalam Sofiati & Sumarni, 2016, hlm. 28) menyatakan bahwa pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Pemasaran jasa juga perlu dilakukan di sekolah dikarenakan sekolah merupakan lembaga pendidikan yang memberikan pelayanan jasa dalam bidang

Hedriyanti Nurul Rafika, 2024

PENGARUH KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN ORANG TUA PESERTA DIDIK DI SDN 113 BANJARSARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pendidikan. Agar mampu memberikan pelayanan yang prima dan sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman, maka pemasaran jasa pendidikan memiliki peranan penting.

Menurut Supriyanto (2020, hlm. 17-19) menyatakan bahwa pemasaran jasa pendidikan adalah suatu kegiatan dalam manajemen dan proses sosial untuk memenuhi harapan dan kebutuhan dengan menciptakan jasa, bertukar produk memberikan jasa yang berharga dengan pihak lain dalam lembaga pendidikan. Adapun menurut Ma'sum (2020, hlm 139) menjelaskan bahwa pemasaran jasa dalam pendidikan adalah memberikan penawaran mutu atas layanan intelektual yang diberikan konsumen dan pembentukan watak objek pendidikan secara menyeluruh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa pendidikan merupakan proses promosi dan penyampaian informasi terkait layanan pendidikan, seperti program akademik, program pelatihan, dan kegiatan ekstrakurikuler dengan tujuan dapat menarik perhatian calon pelanggan jasa pendidikan, mampu memenuhi kebutuhan, dan mampu mempertahankan kepuasan pelanggan jasa pendidikan.

Dewasa ini, banyak sekolah yang memberikan jaminan kualitas mutu pendidikan. Hal ini tentu menjadi persaingan yang kompetitif antar sekolah, maka dari itu pemasaran jasa pendidikan penting dilakukan. Sebab promosi layanan yang baik dan mampu memberikan layanan berkualitas dapat meningkatkan reputasi lembaga pendidikan, mampu menarik lebih banyak peserta didik yang akan mendaftar, dan mampu menciptakan ulasan positif. Hal ini sejalan dengan pendapat Alma (2016, hlm. 372) menjelaskan bahwa fungsi pemasaran (*marketing*) dalam dunia pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga, dalam rangka menarik sejumlah calon pelanggan jasa pendidikan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran pendidikan merupakan strategi yang dilakukan sekolah sebagai lembaga pendidikan melalui kegiatan komunikasi pemasaran yang berkaitan dengan kebutuhan dan kepentingan para pelanggan jasa pendidikan dalam rangka membentuk eksistensi sekolah agar menarik minat dan terciptanya kepuasan pelanggan pendidikan.

2.1.1.3 Pengertian Layanan Pendidikan

Dalam KBBI definisi layanan atau pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Pada dasarnya pelayanan dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok, atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan.

Layanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang untuk orang lain yang sifatnya hanya bisa dirasakan. Adapun layanan (*service*) menurut Kotler (dalam Amanda, 2020, hlm. 20) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014, hlm. 135) mengemukakan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas 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 pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Sehubungan dengan pelayanan, sering kali dikaitkan dengan unsur jasa di dalamnya. Menurut Abdurrahman (2015, hlm. 103) menjelaskan jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara positif tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Berdasarkan definisi jasa tersebut dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan bentuk pelayanan yang dapat ditawarkan oleh penyedia jasa kepada pelanggan yang sifatnya tidak berwujud dan tidak dapat dipindah kepemilikan.

Menurut Barata (dalam Yusni, 2015, hlm. 320) mengungkapkan bahwa dalam konsep pelayanan, terdapat dua jenis pelaku pelayanan, yaitu penyedia layanan (*service provider*) dan penerima layanan (*service receiver*). Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau menyediakan jasa-jasa. Sedangkan penerima layanan adalah pelanggan (*customer*) atau konsumen yang menerima layanan dari penyedia jasa.

Salah satu jenis layanan jasa yaitu ada pada pendidikan. Pendidikan berperan dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pembelajaran. Adapun menurut Hasbullah (2013, hlm. 4) pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik dapat mengembangkan potensi dirinya. Sedangkan, menurut KBBI, pendidikan diartikan sebagai proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau sekelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan pendidikan merupakan jasa yang diberikan pihak penyedia jasa dalam bentuk pembelajaran kepada penerima jasa yaitu peserta didik.

Menurut Moenir (dalam Sudarman, 2023, hlm. 3) menjelaskan bahwa pelayanan pendidikan merupakan serangkaian kegiatan atau proses pelayanan pendidikan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan dan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan yang menjadi tujuan pendidikan.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dijelaskan, jika dikaitkan dengan lembaga pendidikan maka dapat disimpulkan bahwa layanan pendidikan adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan ruang lingkup pendidikan yang mengutamakan pelayanan dan berhubungan dengan pemberi jasa (tenaga pendidik) dan penerima jasa (peserta didik) untuk menghasilkan kepuasan pada pelanggan pendidikan.

2.1.1.4 Kualitas Layanan (*Service Quality*) Pendidikan

Keberhasilan suatu lembaga penyedia jasa khususnya lembaga pendidikan yaitu bergantung terhadap kualitas layanan yang diberikan. Adapun pendapat Ratnasari dan Aksa (2011, hlm. 117) menyatakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas layanan.

Kualitas layanan (*service quality*) didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi keinginan atau harapan pelanggan (Zalzal, dkk, 2023, hlm. 325). Sedangkan menurut Lewis dan Booms (Udiutomo, 2011, hlm. 5) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.

Adapun menurut Tjiptono (2014, hlm. 268) mengemukakan kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan, harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan orang tua atau wali peserta didik sesuai dengan harapan.

Menurut Supranto (2011, hlm. 228) keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas layanan jasa menurut Parasuraman (dalam Yulianti, 2016, hlm. 19) yaitu *expected service* (harapan pelayanan) dan *perceives service* (layanan yang diterima). Apabila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dapat dikategorikan memuaskan.

Berdasarkan hal ini kualitas layanan pendidikan merupakan hal pokok bagi penyelenggara pendidikan untuk terus ditingkatkan dengan tujuan agar pelanggan dapat mendapatkan pelayanan sesuai atau lebih dari yang diharapkan.

Kualitas layanan pendidikan berkaitan dan merupakan bagian dari Manajemen Mutu. Istilah Manajemen Mutu dalam pendidikan sering disebut sebagai *Total Quality Management* (TQM). Menurut Sallis (2008, hlm. 56) mendefinisikan TQM merupakan sebuah pendekatan praktis, namun strategis dalam menjalankan roda organisasi yang memfokuskan diri pada kebutuhan pelanggan dengan tujuan untuk mencari hasil yang lebih baik. Dengan demikian, TQM merupakan suatu strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan mendorong seluruh penyelenggara penyedia jasa untuk memuaskan para pelanggan.

Penerapan TQM dalam dunia pendidikan dapat dilakukan dengan cara mengelola seluruh sumber daya pendidikan, agar sumber daya pendidikan dapat melaksanakan tugas dan fungsinya dengan penuh tanggung jawab sehingga dapat memberikan pelayanan dan mutu pelayanan yang diharapkan oleh pengguna (Asnawi & Supriyanto, 2022, hlm. 129).

Dalam lingkup pendidikan, menurut Kementerian Pendidikan Nasional yang dikutip Mulyasa (dalam Zahroh, 2016, hlm. 28) mutu mencakup *input*, *proses*, dan *output* pendidikan. Pendidikan yang bermutu bukanlah suatu proses yang *instan* atau terjadi dengan sendirinya, melainkan membutuhkan proses pendidikan yang berjalan dengan baik, efektif, dan efisien.

Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pendidikan merupakan suatu proses yang dilakukan secara terus menerus oleh lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan dengan mendayagunakan segala sumber daya agar memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Bilamana layanan pendidikan yang diberikan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan dan pada realitanya melebihi daripada apa yang diharapkan maka suatu layanan pendidikan dapat dikatakan bermutu. Namun, jika tidak sesuai dengan yang diharapkan maka layanan pendidikan dikatakan tidak bermutu. Dan apabila kenyataan sebanding dengan apa yang diharapkan, artinya layanan pendidikan dikatakan memuaskan.

2.1.1.5 Karakteristik Layanan Lembaga Pendidikan

Lembaga pendidikan merupakan penyedia layanan jasa dalam bidang pendidikan. Sebagai lembaga yang memberikan pelayanan dalam bentuk jasa tentu memiliki berbagai karakteristik utama yang dikemukakan Arif (2019, hlm. 16-18) yaitu sebagai berikut:

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa berbeda dengan barang, barang merupakan sebuah objek, alat, atau benda. Sedangkan jasa merupakan suatu perbuatan atau tindakan, kinerja atau usaha. Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa dilihat, diraba, didengar seperti produk sebelum jasa itu di beli. Agar menghindari ketidakpastian, pengguna jasa akan mencari informasi terkait kualitas jasa tersebut. Dalam lembaga pendidikan, informasi dapat diperoleh atas pertimbangan mengenai letak lokasi lembaga pendidikan, lembaga pendidikan penyelenggara, peralatan dan alat komunikasi yang digunakan, serta besarnya biaya yang ditetapkan.

2. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa merupakan suatu kegiatan yang didalamnya terdapat proses kegiatan yang melibatkan penyedia layanan jasa dan pengguna layanan (pelanggan). Hal ini berlaku juga pada lembaga pendidikan, jasa atau pelayanan pendidikan tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu lembaga pendidikan yang menyelenggarakan layanan jasa. Artinya, jasa pendidikan dihasilkan dan dikonsumsi secara serempak (simultan) pada waktu yang sama. Jika peserta didik membeli jasa maka akan berhadapan langsung dengan penyedia jasa pendidikan.

3. Bervariasi (*Variability*)

Jasa itu sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa yang menyediakan dan siapa yang menjadi pengguna layanan. Dalam lembaga pendidikan, jasa pendidikan yang diberikan seringkali berubah-ubah. Hal ini akan sangat tergantung kepada siapa yang menyajikannya, kapan, serta di mana disajikan jasa pendidikan tersebut.

4. Mudah Musnah (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama atau mudah musnah yang bersifat tidak dapat disimpan. Dengan kata lain, jasa dapat berlalu begitu saja apabila jasa tersebut tidak digunakan. Jasa pendidikan tidak dapat disimpan dalam jangka waktu tertentu atau jasa pendidikan tersebut mudah musnah sehingga tidak dapat dijual pada waktu mendatang.

2.1.1.6 Dimensi Kualitas Layanan Pendidikan

Sekolah sebagai lembaga pendidikan yang memberikan pelayanan berbentuk jasa harus mampu meningkatkan kualitas layanan pendidikan yang diberikan kepada pelanggannya sesuai dengan kebutuhan dan harapannya. Menurut Kotler (dalam Dauly, 2018, hlm. 29) ada lima dimensi pokok kualitas jasa yang dapat dipenuhi untuk mengukur kualitas layanan jasa yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan berdasarkan model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yaitu:

1) *Tangible* (Bukti Fisik)

Tangible merupakan kemampuan penyedia jasa dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak luar. Pada dimensi ini meliputi fasilitas fisik

seperti, ketersediaan gedung, ketersediaan tempat parkir, kebersihan, kenyamanan ruang, kelengkapan peralatan, dan penampilan fisik dari personel penyedia jasa.

2) *Reliability* (Keandalan)

Reliability diartikan juga sebagai kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat (*accurately*), kemampuan memberikan pelayanan secara terpercaya (*dependably*), serta tepat waktu (*on time*).

3) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness merupakan suatu kemampuan yang menekankan penyedia jasa untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat dan tepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan oleh pelanggan. Pada dimensi ini menekankan pada sikap penyedia jasa yang cepat tanggap dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan, dan masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

4) *Assurance* (Jaminan)

Assurance merupakan kemampuan lembaga sebagai penyedia jasa dalam menciptakan kepercayaan dan keyakinan pelanggan bahwa penyedia jasa dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh penyedia jasa.

5) *Empathy* (Empati)

Empathy merupakan sikap yang ditunjukkan lembaga penyedia jasa berupa perhatian secara individual atau personal terhadap pelanggan. Dalam hal ini, lembaga memberikan perhatian secara lebih mendalam kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

2.1.1.7 Bentuk Layanan Pendidikan

Demi tercapainya tujuan dan kepentingan pendidikan maka sekolah harus menyediakan layanan yang berhubungan dengan kebutuhan siswa di sekolah dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Menurut Oteng Sutisna (dalam Rofiah, 2017, hlm. 19-21) Bentuk layanan yang terdapat di dalam lembaga pendidikan ada dua, yaitu:

1) Layanan Pokok

Pelayanan ini berkaitan langsung dengan kebutuhan peserta didik dalam pembelajaran, diantaranya:

- a) Personil pelayanan pengajaran, terdiri dari individu yang bertanggung jawab dalam kegiatan pokoknya yaitu mengajar, diantaranya guru kelas, guru ekstrakurikuler, atau tutor.
- b) Personil pelayanan administrasi, terdiri dari orang yang mengarahkan, memimpin dan mengawasi personil lain dalam proses manajemen 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 peserta didik, meliputi tenaga spesialis yang tanggung jawabnya meliputi bimbingan dan penyuluhan, pemeriksaan psikologis dan kesehatan.

2) Layanan Bantu

Dengan adanya banyak perubahan yang terjadi di masyarakat, maka sekolah pun turut mengembangkan berbagai pelayanan diantaranya:

- a) Pelayanan perpustakaan
Perpustakaan dapat memberikan kontribusi yang besar untuk menguasai ilmu pengetahuan. Selain itu, perpustakaan merupakan salah satu sarana prasarana yang menjadi sumber dalam mencerdaskan kehidupan bangsa.
- b) Pelayanan gedung dan halaman sekolah
Dengan memelihara berbagai prasarana yang ada di sekolah akan menjamin kondisi gedung sekolah yang baik. Hal ini dapat berpengaruh juga terhadap motivasi belajar siswa karena mampu menciptakan suasana belajar yang nyaman, menciptakan lingkungan sekolah yang sehat dan aman, serta dapat memajukan reputasi sekolah melalui opini masyarakat.

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.

2.1.1.8 Standar Kualitas Layanan Pendidikan

Sekolah merupakan lembaga pendidikan yang menyelenggarakan pelayanan jasa di bidang pendidikan. Dalam memberikan pelayanan tentunya sekolah harus memberikan layanan pendidikan yang berkualitas sesuai dengan standar pendidikan nasional yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Peraturan tersebut diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2022 tentang Standar Nasional Pendidikan, antara lain:

1) Standar Isi

Standar ini merupakan kriteria minimal yang memuat mengenai kerangka dasar, kurikulum tingkat satuan pendidikan, dan kalender akademik.

2) Standar Proses

Standar proses merupakan kriteria minimal yang berkaitan dengan proses pembelajaran pada suatu satuan pendidikan dalam rangka mencapai standar kompetensi lulusan. Standar proses meliputi perencanaan pembelajaran, pelaksanaan pembelajaran, dan penilaian proses pembelajaran.

3) Standar Kompetensi Lulusan

Standar kompetensi lulusan merupakan kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan.

4) Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Standar pendidikan dan tenaga kependidikan merupakan kriteria yang harus dimiliki oleh pendidik dan tenaga kependidikan berupa kompetensi dan kualifikasi untuk melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya pada satuan pendidikan.

5) Standar Sarana dan Prasarana

Standar sarana dan prasarana merupakan kriteria minimal sarana dan prasarana yang harus tersedia pada satuan pendidikan dalam penyelenggaraan pendidikan.

6) Standar Pengelolaan

Standar pengelolaan adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan kegiatan pendidikan pada tingkat satuan pendidikan, kabupaten/kota, provinsi, atau nasional agar tercapai efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pendidikan.

7) Standar Pembiayaan

Standar pembiayaan merupakan komponen yang mengatur mengenai pembiayaan pendidikan pada satuan pendidikan.

8) Standar Penilaian

Standar penilaian pendidikan adalah kriteria minimal yang berkaitan dengan mekanisme, prosedur, dan instrumen penilaian hasil belajar peserta didik.

2.1.2 Konsep Kepuasan Pelanggan Pendidikan

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin yaitu “*satis*” yang memiliki arti cukup baik atau memadai dan “*fatio*” artinya melakukan atau membuat. Sedangkan, pelanggan adalah seorang yang menggunakan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Adapun menurut Mosahab (dalam Amanda, 2020, hlm. 9) pelanggan adalah semua orang yang menuntut penyedia jasa untuk memenuhi standar kualitas tertentu akan berpengaruh pada performansi lembaga.

Gasperz (dalam Wijaya, S, & Hasanah, 2019, hlm. 17) mendefinisikan 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. Uraian tersebut sejalan dengan ungkapan *Customer*

is the King, sebab tanpa adanya pelanggan sebuah lembaga tidak bisa berjalan dengan sendirinya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan yang dirasakan oleh konsumen sebagai pemakai jasa setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan apa yang diharapkannya. Setiap individu tentu akan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Sebab kebutuhan, keinginan, harapan tiap individu pun beragam, yang artinya lembaga harus mampu memprediksi apa saja kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Menurut Kotler dan Keller (2009, hlm. 139) mengemukakan kepuasan adalah perasaan senang ataupun kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Sedangkan, menurut Suharno dan Retnoningsih (2012, hlm. 393) kepuasan memiliki arti merasa senang ataupun lega karena telah merasa cukup atau terpenuhi hasrat di dalam hatinya.

Adapun menurut Tjiptono (dalam Daulay, 2018, hlm. 29) menjelaskan kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon pelanggan sebagai hasil dan evaluasi ketidaksesuaian kinerja atau tindakan yang dirasakan sebagai akibat dari tidak terpenuhinya harapan.

Berdasarkan pengertian dari berbagai ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul baik itu perasaan senang ataupun kecewa yang menunjukkan respon terhadap hasil perbandingan antara produk atau jasa yang diterima sesuai dengan ekspektasinya atau tidak.

2.1.2.2 Kepuasan Pelanggan Pendidikan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal penting dalam keberlangsungan hidup suatu organisasi atau lembaga. Menurut Oldfield dan Baron (dalam Prianto, 2011, hlm.1062), kualitas interaksi antara pelanggan dengan organisasi sebagai lembaga penyedia jasa layanan merupakan kunci dari keberlangsungan hidup organisasi tersebut. Sama halnya dengan lembaga pendidikan, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam memberikan layanan jasa di bidang pendidikan.

Kepuasan dapat terwujud apabila terjadi kesesuaian antara kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan jasa pendidikan. Adapun menurut Hadi dan Wahyoedi (dalam Windriati, 2017, hlm. 32) Kepuasan pelanggan dalam pendidikan adalah perbandingan antara harapan yang diinginkan pelanggan tentang layanan pendidikan dengan yang dirasakan setelah menerima pelayanan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan pendidikan merupakan perasaan puas atau kecewa terkait layanan pendidikan yang diterima dengan layanan pendidikan yang diharapkan.

Menurut Kotler, dkk (2019, hlm. 418) menjelaskan bahwa harapan pelanggan adalah hasil dari pengalaman di masa lalu saat mendapatkan layanan dari suatu perusahaan secara langsung, mendengar, dan mendapat rekomendasi dari orang sekitar maupun informasi lain dari media sosial yang ada.

Dalam suatu lembaga pendidikan yaitu sekolah yang didalamnya terdapat kepala sekolah, para guru, dan staf administrasi sekolah merupakan penyedia jasa yang memegang peranan utama dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan pendidikan. Sedangkan, pelanggan pendidikan yaitu peserta didik dan orang tua peserta didik. Hal ini didukung oleh pendapat Mukminin (dalam Alrasid, 2015, hlm. 52) yang menyatakan pelanggan pendidikan adalah orang tua, sedangkan produk jasa dalam dunia pendidikan adalah jasa kependidikan dan lulusan.

Menurut Sallis (2012, hlm. 68) pelanggan dalam pendidikan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu pelanggan utama (siswa), pelanggan kedua (orang tua siswa), dan yang ketiga (pemerintah). Oleh karena itu, kepuasan pelanggan kedua yaitu orang tua siswa perlu diperhatikan oleh sekolah, terutama sekolah dasar dikarenakan orang tua siswa memiliki peranan penting dalam menentukan sekolah mana yang dipilih untuk menyekolahkan putra-putrinya. Sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan pendidikan dalam hal ini orang tua peserta didik yaitu tinggi rendahnya perasaan senang ataupun kecewa dari dalam diri orang tua peserta didik setelah membandingkan kinerja yang dirasakan setelah memperoleh layanan jasa terhadap ekspektasi mereka.

Berdasarkan hal yang telah dijelaskan bahwa kepuasan dapat tercipta apabila timbul rasa puas dari pelanggan. Maka dari itu kepuasan dari pelanggan pendidikan dapat terlihat sebagai berikut (Windriati, 2018, hlm. 37):

- 1) Peserta didik, akan merasa puas dengan layanan sekolah, yaitu dengan pelayanan saat menerima materi pembelajaran, perlakuan dari guru maupun warga sekolah, puas terhadap fasilitas belajar dan nyaman di lingkungan sekolah.
- 2) Orang tua peserta didik, merasa puas dengan layanan sekolah terhadap anaknya yang ditunjukkan dengan puas terhadap laporan perkembangan kemajuan belajar peserta didik dan program yang dijalankan sekolah dalam rangka meningkatkan mutu pembelajaran.
- 3) Pihak pengguna lulusan, merasa puas apabila menerima lulusan yang berkualitas tinggi dan sesuai harapan.

Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa sekolah yang mampu menciptakan kepuasan melebihi dari harapan pelanggannya dapat dikatakan sebagai sekolah yang bermutu karena telah memiliki kualitas layanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya.

2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011, hlm. 117-118) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

- 1) Kualitas Produk atau Jasa
Pelanggan akan merasa puas apabila produk atau jasa yang digunakan menunjukkan kategori berkualitas baik.
- 2) Kualitas Pelayanan
Pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.
- 3) Emosional
Pelanggan akan merasa puas dan bangga bilamana mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan memujinya atau kagum ketika menggunakan produk atau layanan jasa tertentu, sehingga cenderung akan menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4) Harga

Pelanggan akan merasa puas apabila produk atau layanan jasa yang digunakan memiliki kualitas baik namun menawarkan harga yang relatif terjangkau (*worth it*).

5) Biaya

Pelanggan dapat merasa puas bila pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan tidak perlu membuang waktu lebih banyak untuk memperoleh suatu produk atau layanan jasa.

2.1.2.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Tujuan utama dari suatu lembaga yaitu untuk mewujudkan harapan yang sesuai atau bahkan dapat melebihi harapan dari suatu lembaga yang pada akhirnya akan tercipta kepuasan pada diri pelanggan. Menurut Tjiptono (2009, hlm. 25) mengemukakan beberapa manfaat kepuasan pelanggan yaitu diantaranya:

- 1) Hubungan antara lembaga dengan pelanggan menjadi harmonis
- 2) Memberikan dasar yang baik dalam pembelian ulang
- 3) Mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
- 4) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan bagi lembaga
- 5) Reputasi lembaga menjadi baik di mata pelanggan
- 6) Laba yang diperoleh dapat meningkat

Berdasarkan manfaat diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat berdampak positif bagi lembaga. Kepuasan orang tua peserta didik menjadi faktor penting bagi lembaga pendidikan khususnya sekolah yaitu dalam menciptakan rasa kepercayaan yang tinggi, maka dari itu pelayanan harus dijunjung tinggi dalam peningkatannya. Dengan terciptanya kepuasan pada orang tua peserta didik akan memberikan manfaat kepada lembaga pendidikan karena pelanggan merasa terpenuhi keinginan dan kebutuhannya maka memungkinkan untuk melakukan pembelian ulang jasa (*repeat buying*) dan terciptanya loyalitas pelanggan terhadap pelayanan. Selain itu, pelanggan dalam hal ini orang tua peserta didik akan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) kepada pihak-pihak lain di sekitarnya untuk menggunakan jasa pendidikan tersebut.

2.1.2.5 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dilakukan bagi setiap lembaga yang bergerak di bidang jasa. Hal ini perlu dilakukan dengan harapan dapat memberikan umpan balik dan masukan dalam hal pengembangan strategi dalam upaya peningkatan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (dalam Tjiptono dan Chandra, 2016, hlm. 219), untuk mengukur kepuasan pelanggan ada empat metode yaitu sebagai berikut:

a) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap lembaga yang berpusat pada pelanggan hendaknya memberi kesempatan kepada pelanggannya untuk menyampaikan keluhan, kritik dan saran yang dirasakan oleh pelanggan. Media yang digunakan pada metode ini yaitu dapat berupa kotak saran, kartu komentar, telepon layanan konsumen dan sebagainya. Berdasarkan informasi tersebut, organisasi dapat menyelesaikan permasalahan yang dialami pelanggan secara cepat dan tanggap.

b) Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar lembaga melakukan penelitian atau riset kepuasan pelanggan melalui metode survei untuk mengukur kepuasan pelanggan yang selama ini dirasakan. Metode survey ini dapat dilakukan melalui media angket atau kuesioner, telepon, e-mail ataupun wawancara kepada pelanggan.

c) *Ghost/Mystery Shopping*

Ghost/mystery shopping dilakukan dengan cara menyamar menjadi konsumen dengan tujuannya untuk menggali informasi mengenai kekuatan dan kelemahan lembaga itu sendiri dan lembaga pesaing.

d) *Lost Customer Analysis* (Analisa pelanggan yang hilang)

Lembaga menghubungi dan menanyakan kepada pelanggan yang telah berhenti membeli produk atau jasa dan beralih kepada pesaing. Hal ini dilakukan agar lembaga mengetahui permasalahan dan dapat segera memperbaikinya dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti telah mengkaji beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan sejenis dengan penelitian yang sedang dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema penelitian yaitu mengenai kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik, tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Ivan Irawan, Yuliana, Arwin, Wilbert Jovando (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di IEC, Medan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan orang tua murid di IEC, Medan. Hal ini dibuktikan dengan hasil korelasi sebesar 0,601 dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 47% dan sisanya 53% dipengaruhi oleh faktor lainnya.
2.	Maulida Karimah (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan dan Biaya Pendidikan terhadap Kepuasan Orang Tua di MI NU Raudlatus Shibyan 02 Bae Kudus	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan pendidikan dan biaya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua dengan nilai Fhitung = 22,567 lebih besar dari nilai Ftabel = 3,25 (22,567 > 3,25).
3.	Raihan Nur Yaqin (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Lembaga Pendidikan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan orang tua sebagai

Hedriyanti Nurul Rafika, 2024

PENGARUH KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN ORANG TUA PESERTA DIDIK DI SDN 113 BANJARSARI

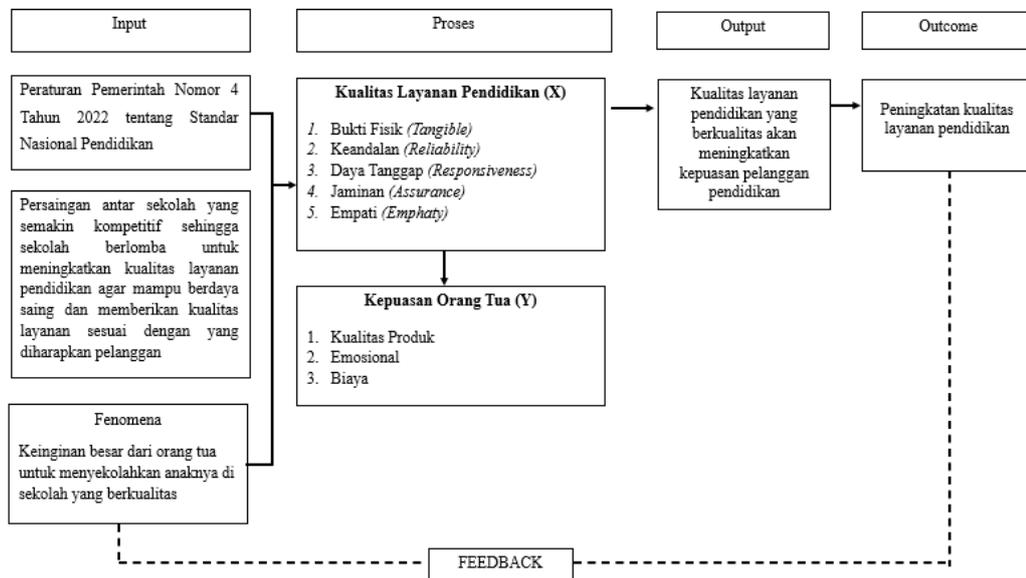
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		Anak Usia Dini Ananda Mandiri	pelanggan Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini Ananda Mandiri dengan presentase 33,6%.
4.	Audrey Alqa Annisa Ramadhani (2018)	Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan Lembaga PAUD Terhadap Tingkat Kepuasan Orang Tua di Kecamatan Boyolali Kabupaten Boyolali Tahun 2018	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan pendidikan lembaga PAUD terhadap tingkat kepuasan orang tua. Pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap tingkat kepuasan orang tua sebesar 65,3%, sedangkan sisanya sebesar 34,7% dipengaruhi oleh faktor lain.
5.	Durrotun Nafisah (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Tingkat Kepuasan Orang Tua Siswa di Madrasah Ibtidaiyah Darul Ulum Semarang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan pendidikan terhadap tingkat kepuasan orang tua siswa kontribusinya sebesar 73,5% dan sisanya 26,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

2.3 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2013, hlm. 118) menjelaskan kerangka berpikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Kerangka berpikir dapat disajikan dalam bentuk bagan yang menunjukkan alur pikir peneliti dan keterkaitan antar variabel yang ditelitinya (Riduwan, dalam Syahputri et al., 2023, hlm. 161). Kerangka berpikir adalah konsep yang divisualisasikan terkait variabel yang akan diamati. Kerangka berpikir bertujuan untuk menjelaskan fokus masalah dari penelitian mengenai variabel atau objek penelitian, yaitu kualitas layanan pendidikan dan kepuasan orang tua peserta

didik. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan yang dikemukakan oleh peneliti terkait fenomena atau permasalahan yang bersifat dugaan. Hal ini sejalan dengan pendapat (Hikmawati, 2017, hlm. 50) mengemukakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang dituangkan dalam bentuk kalimat pertanyaan dari penelitian yang akan diuji kebenarannya melalui data yang diperoleh dari sampel penelitian. Adapun dalam penelitian ini mempunyai dua variabel, yaitu variabel X (Kualitas Layanan Pendidikan) yang merupakan variabel bebas dan variabel Y (Kepuasan Orang Tua Peserta Didik) yang merupakan variabel terikat.

Hedriyanti Nurul Rafika, 2024

PENGARUH KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN ORANG TUA PESERTA DIDIK DI SDN 113 BANJARSARI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti memiliki hipotesis awal yaitu sebagai berikut:

Ho = Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik di SDN 113 Banjarsari.

Ha = Terdapat pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik di SDN 113 Banjarsari.