

MEMAHAMI FOKUS PELANGGAN DALAM PENDIDIKAN IALAM: Sebuah Pendekatan Akademik Dalam Manajemen Mutu

Ikhwanul Muttaqin, M. Sahibudin
ikhwan@gmail.com, mshohib@uim.ac.id
Universitas Islam Madura, Indonesia

ABSTRAK

Fokus pelanggan merupakan salah satu prinsip fundamental dalam manajemen mutu yang memiliki relevansi signifikan dalam dunia pendidikan, termasuk pendidikan Islam. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji konsep fokus pelanggan dalam lembaga pendidikan Islam melalui pendekatan akademik, dengan menekankan pentingnya memahami kebutuhan dan harapan seluruh pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Metode kajian dilakukan melalui studi literatur terhadap teori Total Quality Management (TQM) dan prinsip-prinsip pelayanan dalam perspektif Islam. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa pelanggan pendidikan mencakup peserta didik, orang tua, masyarakat, dunia kerja, pemerintah, dan pihak terkait lainnya yang memiliki kepentingan terhadap kualitas pendidikan. Penerapan fokus pelanggan di lembaga pendidikan Islam meliputi identifikasi kebutuhan pelanggan, perencanaan strategis berbasis kebutuhan, penyediaan layanan yang responsif, serta evaluasi dan perbaikan berkelanjutan. Dari perspektif Islam, pelayanan kepada pelanggan dipandang sebagai bentuk ibadah dan amanah moral yang menuntut integrasi nilai-nilai spiritual dengan pengelolaan mutu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan fokus pelanggan secara konsisten tidak hanya meningkatkan mutu layanan pendidikan, tetapi juga memperkuat citra dan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan Islam.

Kata kunci: fokus pelanggan, manajemen mutu, pendidikan Islam, TQM, pelayanan.

ABSTRACT

Customer focus is one of the fundamental principles in quality management that has significant relevance in the world of education, including Islamic education. This article aims to examine the concept of customer focus in Islamic educational institutions through an academic approach, emphasizing the importance of understanding the needs and expectations of all stakeholders, both internal and external. The study method was carried out through a literature study on the theory of Total Quality Management (TQM) and service principles from an Islamic perspective. The results of the discussion show that education customers include students, parents, the community, the world of work, the government, and other related parties who have an interest in the quality of education. The application of customer focus in Islamic educational institutions includes identifying customer needs, needs-based strategic planning, providing responsive services, and continuous evaluation and improvement. From an Islamic perspective, service to customers is seen as a form of worship and moral trust that demands the integration of spiritual values with quality management. This study concludes that the consistent application of customer focus not only improves the quality of educational services, but also strengthens the public's image and trust in Islamic educational institutions.

Keywords: customer focus, quality management, Islamic education, TQM, service.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, pelanggan adalah raja. Prinsip ini pentingnya memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan sebagai kunci keberhasilan usaha. Seiring dengan tuntutan transparansi, akuntabilitas, dan mutual dalam pendidikan, paradigma ini mulai diterapkan dalam konteks lembaga manajemen pendidikan¹. Lembaga pendidikan yang berorientasi pada mutu, baik di tingkat dasar, menengah, maupun tinggi, tidak dapat mengabaikan eksistensi pelanggan sebagai bagian integral dari sistem pendidikan².

Dalam konteks pendidikan, istilah “pelanggan” sering kali menimbulkan kontroversi karena dianggap terlalu komersial. Namun, jika dipahami secara tepat, pelanggan dalam pendidikan bukan hanya siswa, melainkan juga orang tua, masyarakat, dunia kerja, dan bahkan pemerintah. Mereka semua memiliki kepentingan terhadap kualitas layanan dan hasil pendidikan.¹ Oleh karena itu, memahami fokus pelanggan menjadi langkah penting dalam pengembangan sistem mutu manajemen di lembaga pendidikan.

Dalam Era globalisasi yang penuh dengan persaingan ketat antar lembaga pendidikan yang menuntut dalam pengelolaan yang harus profesional dan berorientasi pada

mutu. Salah satu prinsip penting dalam manajemen mutu adalah "fokus pelanggan". Dalam dunia pendidikan, pelanggan mencakup peserta didik, orang tua, masyarakat, dunia kerja, serta pihak-pihak lain yang berkepentingan terhadap hasil layanan pendidikan. Fokus terhadap pelanggan menuntut lembaga pendidikan untuk peka dan responsif terhadap kebutuhan serta harapan mereka.

Salah satu prinsip fundamental TQM adalah *customer focus* atau fokus pada pelanggan, yang dalam konteks pendidikan mengacu pada para pemangku kepentingan seperti siswa, orang tua, masyarakat, dan dunia kerja. Konsep pelanggan dalam pendidikan sering kali masih menjadi perdebatan karena adanya anggapan bahwa pendidikan bukanlah komoditas. Namun demikian,

Jika dikaji dari perspektif manajemen mutu, konsep pelanggan dalam pendidikan tidak semata-mata mengarah pada hubungan jual beli, melainkan pada relasi antara penyedia layanan (pendidik dan institusi pendidikan) dengan penerima manfaat (peserta didik dan stakeholder lainnya). Dengan demikian, orientasi pada pelanggan berarti lembaga pendidikan dituntut untuk menghadirkan layanan yang bermutu dan relevan dengan kebutuhan masyarakat dan zaman.

Pemahaman terhadap pelanggan dalam pendidikan seringkali belum maksimal, bahkan sering disalahpahami. Oleh sebab itu, pendekatan akademik diperlukan untuk

¹ Supandi, S., Subhan, M., & Hobir, A. (2024). Adaptasi e-Learning dalam Pendidikan Islam: Membangun Pendekatan Kolaboratif-Inklusif Untuk Kemajuan Lembaga Madrasah & Pesantren di Madura. *Kariman: Jurnal Pendidikan Keislaman*, 12(1), 120-138.

menggali lebih dalam bagaimana lembaga pendidikan Islam dapat menerapkan prinsip ini tanpa kehilangan esensi nilai-nilai pendidikan itu sendiri. Dalam konteks ini, fokus pelanggan tidak sekadar menjadi strategi pemasaran, tetapi bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Fokus penelitian diarahkan pada pengkajian konsep *fokus pelanggan* dalam manajemen mutu pendidikan Islam, baik dari perspektif teori manajemen modern seperti *Total Quality Management* (TQM) maupun dari sudut pandang nilai-nilai Islam.²

Tahapan penelitian meliputi:

1. Identifikasi Masalah dan Tujuan
Penulis mengidentifikasi perlunya pemahaman mendalam mengenai fokus pelanggan di lembaga pendidikan Islam, mengingat konsep ini sering disalahpahami atau belum diterapkan secara optimal.
2. Pengumpulan Data, Data diperoleh dari berbagai literatur yang relevan, termasuk buku-buku manajemen mutu, jurnal ilmiah, peraturan pendidikan, dan sumber-sumber klasik maupun kontemporer dalam pendidikan Islam. Penulis juga

menggunakan dalil-dalil keislaman seperti hadis dan prinsip khidmah (*pelayanan*) untuk memperkuat landasan konseptual.

3. Analisis Data, Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis, yaitu dengan menguraikan temuan-temuan dari literatur, membandingkannya, dan menghubungkannya dengan konteks penerapan fokus pelanggan di lembaga pendidikan Islam.
4. Sintesis dan Penyusunan Konsep
Penulis menyintesis berbagai konsep menjadi kerangka penerapan fokus pelanggan yang selaras dengan prinsip manajemen mutu modern dan nilai-nilai spiritual Islam.

Metode ini dipilih untuk memberikan landasan teoritis yang kuat, tanpa terikat pada pengumpulan data lapangan secara empiris, sehingga hasilnya lebih berupa rekomendasi konseptual dan penguatan paradigma bagi pengelolaan lembaga pendidikan Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam perspektif manajemen mutu, pelanggan adalah siapa saja yang menerima, menggunakan, atau mendapatkan manfaat dari layanan atau produk yang dihasilkan oleh suatu institusi. Dalam pendidikan, pelanggan dibagi menjadi dua: 1) Pelanggan Internal, yaitu siswa/mahasiswa, guru/dosen, staf, dan manajemen sekolah atau perguruan tinggi. Mereka terlibat langsung dalam proses pendidikan. 2) Pelanggan Eksternal, yaitu orang tua siswa, alumni, pengguna lulusan

² Subhan, M., & Khadavi, M. J. (2024). Implementasi Model Pembelajaran Pai Berbasis Nilai Islami Dalam Upaya Meningkatkan Pemahaman Konseptual Mahasiswa Di Universitas Islam Madura. *IMTIYAZ: Jurnal Ilmu Keislaman*, 8(1), 179-192.

(dunia usaha/industri), masyarakat, dan pemerintah.

Menurut Mulyasa, pelanggan dalam pendidikan memiliki harapan yang beragam, mulai dari mutu lulusan, kompetensi akademik dan karakter, hingga pelayanan administratif yang efisien.³ Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus secara aktif mendengarkan aspirasi dan kebutuhan mereka melalui berbagai mekanisme, seperti survei kepuasan, forum diskusi atau strategi kemitraan.

1. Identifikasi Pelanggan dalam Lembaga Pendidikan

Pelanggan merupakan pusat dari seluruh proses layanan dalam perusahaan kontemporer, termasuk industri pendidikan. Mengetahui siapa pelanggan dan apa saja kebutuhan serta atribut mereka merupakan landasan pengembangan layanan pendidikan berkualitas tinggi dalam konteks pendidikan. Kegagalan mengidentifikasi pelanggan dengan tepat dapat menyebabkan lembaga gagal memenuhi kebutuhan masyarakat secara memadai.

Misalnya, sebuah lembaga pendidikan mungkin mengabaikan kontribusi signifikan yang dibuat oleh orang tua, alumni, dan sektor korporat jika lembaga tersebut berkonsentrasi secara eksklusif pada siswa sebagai satu-satunya pelanggannya. Faktanya, relevansi pendidikan terutama

ditentukan oleh tenaga kerja sebagai konsumen akhir lulusan. Proses pendidikan dianggap gagal menjembatani kesenjangan antara ruang kelas dan dunia nyata jika

Lulusan tidak memenuhi kebutuhan industri. Oleh karena itu, untuk menciptakan layanan yang inklusif dan berorientasi ke masa depan, penting untuk mengklasifikasikan klien sebagai milik kategori internal atau eksternal.

Memahami siapa saja yang termasuk pelanggan sangat penting untuk menentukan kebijakan pelayanan. Siswa adalah pelanggan utama dalam pendidikan karena merekalah pengguna langsung layanan pembelajaran. Orang tua merupakan pelanggan tidak langsung yang menginginkan hasil pendidikan yang berkualitas. Dunia kerja menjadi pelanggan akhir karena mereka yang akan menerima lulusan.

Selain itu, masyarakat sekitar, alumni, dan pemerintah juga merupakan pelanggan yang memiliki ekspektasi terhadap mutu pendidikan. Oleh karena itu, pendekatan holistik diperlukan dalam mengidentifikasi dan melayani berbagai kategori pelanggan tersebut.

2. Fokus Pelanggan dalam Manajemen Mutu Pendidikan

Prinsip fokus pelanggan merupakan salah satu pilar dari *Total Quality Management (TQM)*. Dalam pendidikan, prinsip ini berarti bahwa semua aktivitas

³ Mulyasa, Enco. "Manajemen berbasis sekolah: konsep, strategi dan implementasi." (2004).

pendidikan diarahkan untuk memenuhi dan bahkan melebihi harapan pelanggan⁶. Hal ini mencakup dimensi akademik, moral, administratif, dan layanan pendukung. Implementasi fokus pelanggan meliputi:

a Pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan

Lembaga pendidikan perlu mengidentifikasi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan melalui pendekatan ilmiah, misalnya dengan menggunakan instrumen survei, wawancara mendalam, atau focus discussion.⁴

b Perencanaan strategis yang berbasis kebutuhan pelanggan

Rencana kerja lembaga pendidikan disusun berdasarkan hasil evaluasi kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat mencakup pengembangan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan industri atau pelatihan guru agar responsif terhadap dinamika pembelajaran.

c Penyediaan layanan yang responsif

Lembaga pendidikan harus menyediakan layanan akademik dan non-akademik yang berkualitas dan cepat tanggap. Misalnya, layanan akademik yang mudah diakses, sistem informasi yang transparan, serta komunikasi yang

terbuka antara siswa dan pihak manajemen.

3. Evaluasi dan perbaikan berkelanjutan

Fokus pelanggan juga menuntut lembaga pendidikan untuk secara rutin melakukan evaluasi terhadap layanan yang diberikan dan melakukan perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) untuk memenuhi harapan pelanggan secara optimal.

Dalam satuan pendidikan fokus pelanggan penting karena beberapa alasan: Meningkatkan kepuasan siswa dan orang tua terhadap proses dan hasil pendidikan. Menyesuaikan kurikulum dengan kebutuhan dunia kerja sehingga lulusan siap bersaing secara profesional. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pendidikan melalui dukungan moral, finansial, maupun sosial. Menumbuhkan kepercayaan terhadap lembaga pendidikan yang berdampak pada peningkatan jumlah peserta didik.

Kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam evaluasi mutu lembaga. Lembaga yang mampu merespons kebutuhan pelanggan akan lebih adaptif, inovatif, dan dipercaya oleh masyarakat luas.

Fokus pelanggan bukan berarti lembaga harus “memanjakan” semua permintaan, tetapi harus memahami dengan jernih perbedaan antara keinginan dan kebutuhan. Hal ini menuntut kemampuan

⁴ Supandi, S. (2016). PENDEKATAN TEKNOLOGIS DALAM PENINGKATAN KUALITAS DAN MUTU PENDIDIKAN TINGGI ISLAM MELALUI REKAYASA INSTITUSI. *Jurnal Al-Ulum, Universitas Islam Madura*, 3(1), 4-4.

analisis yang tinggi dari manajemen sekolah, guru, dan pemangku kebijakan, agar mampu membedakan kebutuhan esensial (essential needs) dari sekadar keinginan sesaat. Lebih jauh, penerapan prinsip fokus pelanggan juga dapat meningkatkan akuntabilitas lembaga pendidikan. Ketika aspirasi masyarakat dan pelanggan menjadi bagian dari sistem informasi dan pengambilan keputusan, maka tercipta hubungan yang sehat antara lembaga dan publik. Ini penting dalam membangun kepercayaan (trust) yang berdampak langsung pada citra lembaga dan daya tariknya

4. Strategi Penerapan Fokus Pelanggan dalam Pendidikan Islam

Dalam Islam, pelayanan terhadap kebutuhan orang lain dianggap sebagai bentuk ibadah. Hal ini ditegaskan dalam hadis Rasulullah saw: "*Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya.*" (HR. Ahmad).

Konsep ini sejalan dengan filosofi pendidikan Islam yang menjadikan *khidmah* (pelayanan) dan *maslahah* (kemanfaatan) sebagai prinsip dasar. Oleh karena itu, memfokuskan diri pada pelanggan dalam pendidikan bukan sekadar strategi manajerial, tetapi juga bagian dari etika dan tanggung jawab sosial dalam pendidikan Islam¹². Dalam Islam, guru dan lembaga pendidikan diposisikan sebagai pelayan ilmu. Mereka memiliki amanah

untuk memastikan bahwa proses pendidikan yang diberikan benar-benar memenuhi kebutuhan peserta didik, tidak hanya secara akademik, tetapi juga spiritual dan moral¹³. Untuk menerapkan prinsip diatas, diperlukan strategi seperti:

Menyelenggarakan forum aspirasi wali murid secara berkala guna mendengarkan kebutuhan dan harapan mereka.

Mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dalam kurikulum dan layanan sehingga tidak hanya mencetak lulusan yang cerdas secara intelektual, tetapi juga unggul secara spiritual dan sosial.⁵

Menyediakan layanan administrasi dan informasi yang transparan, akuntabel, dan mudah diakses melalui sistem digital.

Melatih tenaga pendidik dalam pendekatan humanistik dan spiritual agar lebih empatik dan solutif dalam menghadapi peserta didik.

Perlu juga ditekankan pentingnya digitalisasi layanan pendidikan dalam konteks kekinian. Sistem informasi akademik yang transparan dan mudah diakses oleh wali murid, sistem pelaporan berbasis aplikasi, dan komunikasi digital antara guru dan orang tua akan menjadi bentuk nyata layanan prima yang responsif

⁵ MADURA, I. IMPLEMENTASI MODEL PEMBELAJARAN PAI BERBASIS NILAI ISLAMI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PEMAHAMAN KONSEPTUAL MAHASISWA DI UNIVERSITAS.

terhadap kebutuhan zaman. Tentu saja, semua ini harus tetap dibalut dengan nilai keikhlasan, kesantunan, dan tanggung jawab moral yang tinggi sebagaimana diajarkan dalam tradisi keilmuan Islam.

KESIMPULAN

Fokus pelanggan dalam pendidikan adalah prinsip penting dalam manajemen mutu yang harus diterapkan secara strategis dan bijak. Pelanggan pendidikan tidak hanya siswa, tetapi juga orang tua, masyarakat, dan dunia kerja. Dalam konteks pendidikan Islam, fokus pelanggan menjadi bentuk pengabdian dan ibadah yang menekankan pelayanan dan kemanfaatan.

Penerapan prinsip ini tidak hanya akan meningkatkan mutu layanan pendidikan, tetapi juga memperkuat citra lembaga di mata publik. Jika dijalankan dengan benar, fokus pelanggan dapat menjadi pendorong utama transformasi pendidikan kearah yang lebih berkualitas dan bermartabat.

DAFTAR PUSTAKA

- HR. Ahmad. No. 3289
<https://www.hadits.site/hadits/824> diakses
pada 11:35 Sabtu, 05 Juli 2025
- Supandi, S., Subhan, M., & Hobir, A. (2024). Adaptasi e-Learning dalam Pendidikan Islam: Membangun Pendekatan Kolaboratif-Inklusif Untuk Kemajuan Lembaga Madrasah & Pesantren di Madura. *Kariman: Jurnal Pendidikan Keislaman*, 12(1), 120-138.
- Subhan, M., & Khadavi, M. J. (2024). Implementasi Model Pembelajaran Pai Berbasis Nilai Islami Dalam Upaya

Meningkatkan Pemahaman Konseptual Mahasiswa Di Universitas Islam Madura. *IMTIYAZ: Jurnal Ilmu Keislaman*, 8(1), 179-192.

Mulyasa, Enco. "Manajemen berbasis sekolah: konsep, strategi dan implementasi." (2004).

Supandi, S. (2016). PENDEKATAN TEKNOLOGIS DALAM PENINGKATAN KUALITAS DAN MUTU PENDIDIKAN TINGGI ISLAM MELALUI REKAYASA INSTITUSI. *Jurnal Al-Ulum, Universitas Islam Madura*, 3(1), 4-4.

MADURA, I. IMPLEMENTASI MODEL PEMBELAJARAN PAI BERBASIS NILAI ISLAMI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PEMAHAMAN KONSEPTUAL MAHASISWA DI UNIVERSITAS.