

**PEMBELAJARAN BERFOKUS PADA PELANGGAN  
(Studi dari FKIP UR dan Fakultas Tarbiyah UIN Pekanbaru)**

**Rr Sri Kartikowati**

**Pendidikan Ekonomi Universitas Riau**

**Email: tiko22@ymail.com**

**ABSTRACT**

*Is 'customer is the king' could be applied in the context of education? Is the teaching in a University should take place by highly considering expectations of the customers (students)? This study answered such curiosity. The study aimed to generate a particular map (mapping) or portrait of lecture highlighted by the concept of customer focus. This study was conducted at two universities, the University of Riau (UR) and the State Islamic University (UIN), located in Pekanbaru. Data is collected through a simple questionnaire designed to obtain information about two things: the expectations and the reality received by customer (students), focused on 10 aspects of learning. The greater the difference between the two scores that indicate the quality gap in the implementation of learning. The data, then, is analyzed descriptively for describe the level of conformance in the concept of 'customer focus'. The study found three biggest quality gap (from 10 aspects measured) on learnig highlighted by customer focus concept, which is similar, at the two universities studied, are: (1) The application of student centered approach; (2) Transparency of assessment; and (3) Discussion on mid test.*

*Keywords: University, Higher education, Customer focus, Lecturing.*

**LATAR BELAKANG PENELITIAN**

Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemristekdikti) RI telah menyusun Rencana Strategis Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Tahun 2015-2019 yang ditetapkan melalui Permen Nomor 13 Tahun 2015. Di dalam Permen tersebut dicantumkan bahwa Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional tahun 2015–2019 memberi 5 (lima) arah kebijakan yang terkait dengan pendidikan tinggi. Pada urutan ke-4 diamanatkan arah kebijakan meningkatkan kualitas Lembaga Pendidikan Tenaga Keguruan (LPTK), yang secara spesifik ditegaskan perlu reformasi LPTK untuk meningkatkan mutu penyelenggaraan pendidikan keguruan. Merujuk pada arah kebijakan itu maka kajian terkait dengan '*peningkatan mutu*' pendidikan menjadi relevan.

Memperhatikan rancangan pada tataran nasional itu memunculkan tantangan bahwa perhatian pada konsep mutu merupakan keharusan bagi setiap organisasi, termasuk organisasi pendidikan tinggi – universitas.

Meskipun setiap organisasi pendidikan (universitas), dalam upaya mewujudkan peningkatan mutu, memiliki strategi yang berbeda dan menetapkan ukuran mutu yang berbeda namun setidaknya mereka memiliki rujukan yang sama tentang bagaimana mutu itu dikelola. Pendekatan pengelolaan mutu yang sangat dikenal adalah pendekatan '*manajemen mutu terpadu*' atau dikenal dengan istilah TQM – Total Quality Management.

Bagi Sallis, pakar mutu pendidikan, pendekatan TQM dipandang sebagai standard mutu dalam pendidikan, TQM merupakan filosofi sekaligus perangkat

untuk perbaikan mutu (Sallis, 2011). Dengan demikian, bila merujuk pada pandangan Sallis maka pilar-pilar mutu dapat menjadi rujukan dalam segala upaya peningkatan mutu. Satu pilar mutu yang ada pada pilar-pilar mutu adalah fokus pada pelanggan (*customer focus*) (Sallis, 2011; Dahlgard, Kristensen, dan Kanji (2007). Manakala fokus kepada pelanggan menjadi pilar utama, maka hal itu berarti misi utama dari sebuah lembaga yang menerapkan TQM adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Pelanggan menjadi fokus dalam pelayanan pendidikan.

Di universitas, kegiatan perkuliahan atau pembelajaran merupakan ikon utamanya, sehingga wajar apabila baik buruknya universitas dapat ditentukan oleh kegiatan pembelajaran/perkuliahan. Proses pembelajaran, dengan demikian, patut mendapat perhatian.

Dalam kegiatan pembelajaran, dosen dan mahasiswa merupakan pelaku utama. Interaksi akademik yang terjadi di antara dua pelaku utama itu dalam proses pembelajaran menentukan bagaimana mahasiswa sebagai pelanggan terpenuhi/tercapai sesuai dengan keinginan/pemenuhan (*requirement customer need*); sedangkan dosen sebagai pemasok/penyedia jasa edukasi/pengetahuan berada pada posisi lebih berperan sekaligus berkewajiban memenuhi keperluan pelanggan (mahasiswa).

Situasi ideal tentang pemenuhan hal yang diinginkan oleh mahasiswa sebagai pelanggan oleh dosen sebagai produsen menjadi harapan terwujudnya kualitas perkuliahan/pembelajaran. Namun demikian, dinamika materi perkuliahan, kompleksitas ukuran, dan keterbatasan wawasan merupakan hal-hal penyebab bagi ketidak-sesuaian (*fitness*) pada proses pembelajaran. Artinya, peran dosen sebagai pelaku utama pembelajaran belum sepenuhnya sesuai dengan keperluan pelanggan, belum memahami secara utuh konsep fokus pada pelanggan yang diwujudkan dalam kegiatan pembelajarannya. Bisa jadi dosen memahami konsep fokus pelanggan, namun berbeda dalam pelaksanaannya.

Sebagai contoh hal yang sering dikeluhkan mahasiswa adalah akses yang sangat terbatas pada nilai, dan umpan balik atas nilai-nilai ujian tengah semester mahasiswa. Berbagai keluhan seperti itu memberi motivasi dan alasan kepada tim peneliti untuk mengeksplorasi lebih jauh bagaimana penyelenggaraan pembelajaran/perkuliahan dari perpektif fokus pada pelanggan (*customer focus*) di Fakultas Keguruan UR dan di Fakultas Tarbiyah UIN, Pekanbaru.

Karena luas dan kompleksnya aspek kajian mutu di universitas maka lingkup kajian ini dibatasi pada jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial yang ada di dua universitas tempat penelitian ini dilaksanakan. Kajian ini dinilai penting karena akan mengidentifikasi keinginan atau kebutuhan pelanggan (mahasiswa) dan memetakan bagaimana konsep 'fokus pada pelanggan (mahasiswa) terlaksana sekaligus dipraktekkan pada 2 universitas yang diteliti.

## KAJIAN PUSTAKA

Setidaknya ada 3 (tiga) konsep utama yang perlu dipaparkan dalam pelaksanaan studi ini, yaitu konsep mutu, pelanggan (mahasiswa), dan pembelajaran berfokus pada pelanggan.

### Mutu

Tidak ada definisi mengenai mutu yang diterima secara universal, namun kata 'kepuasan pelanggan' kerap digunakan sebagai rujukan atas keunggulan produk yang dihasilkan dan tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur. Menurut

Sallis (2002:28), penulis mutu pendidikan, menyatakan 'fokus pada pelanggan' saja bukan berarti telah memenuhi tuntutan dan persyaratan mutu terpadu. Organisasi yang concern terhadap mutu memerlukan strategi untuk memenuhi keperluan pelanggan. Lembaga pendidikan menghadapi tantangan yang cukup besar dalam hubungannya dengan para pelanggan.

Pengertian mutu tidak terlepas dari konsep-konsep dasar mutu yang tercakup dalam "guru mutu" (*quality gurus*). Seorang guru mutu, E. Deming, mendefinisikan mutu sebagai *memenuhi harapan pelanggan*. Upaya memenuhi harapan pelanggan tersebut tidak berarti dicapai dengan cara yang sama, melainkan bervariasi dan tetap terkontrol (Frances Clark, 1996:2). Itulah sebabnya ada strategi pengelolaan mutu. Di sisi lain, bagi Sallis mutu dalam konsep relative mutu ada pada produk barang atau layanan itu sendiri. (Sallis, 2002:12-13). Oleh karena itu menurutnya pelanggan yang ada di sekolah yang menentukan apakah produk/layanan itu bermutu atau tidak, sesuai dengan yang dirasakannya (*perceived quality*).

Dengan pemahaman mutu yang demikian maka mutu jasa pendidikan seperti di sekolah sangat erat dengan konsep pemenuhan harapan pelanggan. Karena produk/jasa pendidikan tergolong bersifat *intangibile* maka perlu dikenali dua jenis pelanggan yang ada di sekolah, yakni pelanggan internal dan pelanggan eksternal.

### **Pelanggan - Mahasiswa**

Pelanggan lembaga pendidikan terdiri atas pelanggan internal dan eksternal. Pelanggan utamanya adalah siswa sekaligus sebagai input utama (*main input*) yang akan di'proses' menjadi lulusan. Menurut Goetsch dan Davis pelanggan internal dan eksternal sama pentingnya karena mereka merupakan *driver*. Pelanggan eksternal menentukan kualitas produk/jasa yang mereka konsumsi, sedangkan pelanggan internal berperan besar dalam menentukan mutu tenaga kerja, proses dan lingkungan yang berhubungan dengan produk/jasa institusi.

Dalam kerangka pelayanan terhadap pelanggan, Umiarso dan Gazali (2010:176) membatasi definisi pelanggan pada tiga konsep. Salah satunya tersirat terkait dengan pengertian pelanggan internal yakni setiap orang yang bekerja di dalam perusahaan adalah pelanggan bagi orang lain. Dalam konteks ini tersirat adanya konsep *supplier* dan *customer*.

Dalam ilustrasi berbeda, Tjiptono dan Diana (2005:100) berpendapat bahwa 'pelanggan dan pemasok' atau '*customer and supplier*' ada di dalam dan di luar organisasi. Pelanggan eksternal adalah orang yang membeli dan menggunakan produk perusahaan. Pemasok eksternal adalah orang di luar organisasi yang menjual bahan baku, informasi, atau jasa kepada organisasi. Konsep 'supply dan customer' ini pun dapat digunakan dalam memahami pentingnya pelanggan internal, yang dalam bidang pendidikan, mereka adalah pegawai sekolah atau guru.

Hal yang sama juga dipaparkan oleh Goetsch, David L. dan Davis, Standley B. (2013:96) yang mengidentifikasi pelanggan internal melalui konsep '*supplier dan costumers*'. Menurut mereka, pandangan tradisional melihat keterkaitan dua pelaku itu hanya dari kepentingan eksternal. Kini pandangan kontemporer menunjukkan adanya ketergantungan, saling melayani sesuai dengan mata rantai kerja, antara posisi *supplier* dengan *customer* (pelanggan).

Dari tiga pendapat di atas maka pelanggan internal dapat dikenali dari konsep '*supplier dan costumers*'. Cara memahaminya adalah dengan mengetahui siapa yang mengandalkan dan membutuhkan hasil kerja kita (sebagai pegawai individual). Melalui format *chain* ini akan tergambar seluruh pihak yang saling terkait dan terlibat berdasarkan matarantai kerja. Sallis (2011:83) membuat istilah sebagai 'kolega sebagai pelanggan'. Artinya, fokus kepada pelanggan internal dimaksudkan agar

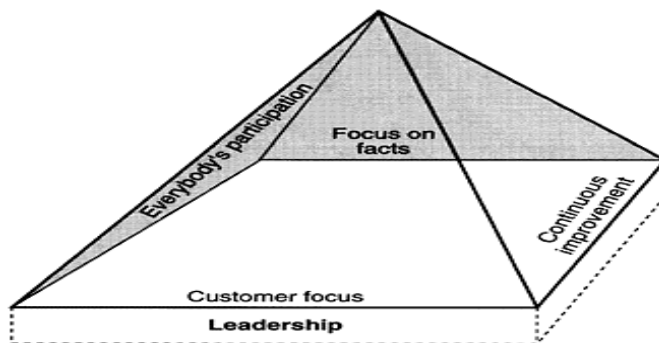
tercipta pelaksanaan tugas secara efektif; untuk itu kolega dalam organisasi adalah juga pelanggan. Setiap orang yang bekerja dalam sekolah adalah penyedia jasa (*supplier*) sekaligus pelanggan (*customer*). Cara mudah untuk memahami konsep supply-customer chain ini adalah dengan mengenali 'Siapa yang bergantung kepada kita agar tugas mereka dapat berjalan atau selesai dengan efektif dan efisien'.

### **Pembelajaran Berfokus Pada Pelanggan (Mahasiswa).**

Wina menulis pengertian pembelajaran yang diartikan sebagai proses kerjasama antara guru/dosen dan siswa/mahasiswa dengan memanfaatkan segala sumberdaya dan potensi yang ada termasuk potensi yang bersumber dari diri siswa/mahasiswa seperti bakat, kemampuan dan gaya belajar, untuk mencapai tujuan pembelajaran tertentu. Pelaksanaan kegiatan pembelajaran tidak hanya menitik beratkan pada masing-masing kegiatan, melainkan dua pelaku pembelajaran itu harus sama-sama berinteraksi, berkomunikasi mengarah kepada pencapaian tujuan pembelajaran.

Dalam hal ini mahasiswa dimaknai sebagai pelanggan. Pembelajaran bisa dilaksanakan dan akan mencapai hasil maksimal jika ada mahasiswanya, kehadirannya baik secara fisik maupun psikologis. Kehadiran fisik berarti mereka mau mengikuti pembelajaran, dan kehadiran psikologis berarti mereka mau memperhatikan dan mengikuti pembelajaran. Untuk menjadikannya berhasil, maka kebutuhan utama bagi mahasiswa adalah belajar dengan menyenangkan dan tepat hasil harus diperhatikan; dan harapan pelanggan/mahasiswa juga harus dipenuhi atau bahkan jika mampu melewati harapannya.

Pelanggan adalah bagian dari unsur pengelolaan manajemen terpadu, yang dikenal dengan sebutan TQM – Total Quality management, suatu pendekatan peningkatan mutu secara total. Dahlgaard, Kristensen, dan Kanji (2007) mendesign keterkaitan unsur mutu pada Gambar 1.



**Gambar 1**  
**Piramida TQM**

Dalam dunia pendidikan, dengan pentingnya mewujudkan kepuasan pelanggan dengan cara fokus kepada pelanggan ini dimaksudkan agar kegiatan di sekolah berjalan lebih efektif dan efisien.

Gambar Piramida TQM itu menunjukkan karakteristiknya yang terdiri atas lima unsur, satu diantaranya adalah 'fokus pada pelanggan'. Lima unsur itu adalah: 1) management's commitment (leadership); 2) focus on the customer and the employee; 3) focus on facts; 4) continuous improvements (KAIZEN); and 5) everybody's participation.

## METODE PENELITIAN

Penelitian tentang pelaksanaan pembelajaran berbasis pelanggan (mahasiswa) ini dilaksanakan dengan pendekatan deskriptif di 2 universitas: Universitas Riau (UR) dan Universitas Islam Negeri (UIN) Pekanbaru. Pelaksanaan penelitian secara keseluruhan dilakukan selama 7 bulan di tahun 2015, dimulai pada bulan Juni hingga Desember 2015.

Data dalam penelitian ini adalah kesesuaian aspek-aspek 'fokus pelanggan' yang dikenakan pada pembelajaran pedagogi. Data menyorot sejumlah pembelajaran/perkuliahan pedagogi yang pernah dikuti oleh responden. Dua contoh perkuliahan itu adalah Strategi pembelajaran dan *Micro teaching*.

Aspek fokus pada pelanggan terdiri dari 3 komponen utama, yaitu:

1. Kesiapan dosen untuk melaksanakan proses pembelajaran, terdiri atas kontrak kuliah, informasi deskripsi dan tujuan perkuliahan, dan informasi tentang kompetensi mahasiswa
2. Pelaksanaan pembelajaran, mencakup penggunaan student centered approach, materi (sesuai dan up-dated), dan pemilihan metode pembelajaran
3. Penilaian yang mencakup pembahasan ujian tengah semester, transparansi pemberian nilai. Komunikasi mencakup pembahasan dan feedback atas penilaian, dan ketersediaan waktu di luar kelas.

Data dijaring dalam bentuk primer dan sekunder. Data primer juga dalam bentuk jawaban dari angket yang diberikan kepada mahasiswa di dua universitas. Data primer pendukung dalam bentuk jawaban atas pertanyaan terhadap pemahaman dosen terkait konsep fokus pada pelanggan (mahasiswa).

Sejumlah responden ditetapkan melalui karakteristik suatu populasi. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang terdaftar pada Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P.IPS) di FKIP UR dan Fakultas Tarbiyah UIN, yang saat ini berada pada semester 7. Jumlah populasi 251 mahasiswa UR dan 210 mahasiswa UIN. Jumlah sample diambil dengan teknik *simple random sampling*, melalui perhitungan rumus Yamane dalam Riduan (2003: 7) dengan taraf kepercayaan 10%. Hasil *sample* diperoleh 71 mahasiswa UR dan 68 mahasiswa UIN.

Pada proses pengambilan data ternyata tidak semua lembar angket dikembalikan, akibatnya terjadi penurunan jumlah sample, menjadi 65 mahasiswa dari UNRI dan 64 mahasiswa UIN. Kepada nara sumber (dosen dan mahasiswa) sesuai dengan keperluan penelitian kemudian diwawancarai secara mendalam. Pelaksanaan wawancara secara langsung dan mendalam dengan subyek penelitian akan disesuaikan waktunya dengan keadaan dan kesediaan mereka di lapangan.

Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis secara deskriptif, dimulai dari langkah tally atas jawaban angket responden, selanjutnya dilakukan klasifikasi data berdasarkan kategorisasi tertentu, hingga langkah mendeskripsikan hasil interpretasi data dari 2 universitas.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Mahasiswa sebagai Pelanggan Jasa Pendidikan

Mutu diperuntukkan bagi pelanggan, sehingga muncul kata bijak bahwa 'pelanggan adalah raja', sebagaimana titah raja yang harus ditaati dan dilaksanakan. Kepuasan atas pemenuhan perintah/keinginan 'sang raja' menjadi

ukuran prodosen yang berfokus pada pelanggan. Temuan dalam studi ini menunjukkan bahwa 'pelanggan adalah raja' tidak sesuai. Mahasiswa tidak dapat disamakan dengan istilah 'raja'.

Mahasiswa adalah pelanggan (konsumen) namun tidak dalam posisi 'sang raja'. Mahasiswa tidak mengkonsumsi produk barang seperti halnya sang-raja. Mahasiswa mengkonsumsi jasa pendidikan (contoh menambah pengetahuan melalui diskusi) yang diperoleh dengan cara berinteraksi dengan penyedia jasa (dosen), ada interaksi dan komunikasi tentang pengetahuan yang dikonsumsinya, yang tidak diperoleh seperti halnya sang-raja mengkonsumsi barang. Ini menjadi titik dasar bahwa jasa pendidikan bersifat *inseperate* (Fandy Tjiptono, 2005) tidak terpisahkan antara penyedia jasa (dosen) dengan konsumen jasa (mahasiswa) pada saat jasa itu dikonsumsi. Bentuk interaksi yang demikian mengarah adanya tindakan kolaboratif, artinya tingkat kesesuaian harapan pelanggan (mahasiswa) dalam jasa pendidikan bersifat kolaboratif, berbeda dengan ketaatan melaksanakan titah sang-raja (berusaha memenuhi harapannya).

Pemahaman seperti ini membawa pada praktek konsep fokus pada pelanggan (mahasiswa) digambarkan di atas, dalam dunia pendidikan, dimana pembelajaran yang customer focus beranjak dari tingkat kesesuaian eksepitasi mahasiswa yang disediakan oleh penyedia jasa (dosen). Pemenuhan harapan pelanggan (mahasiswa) dicapai melalui proses kolabortif antara dosen dengan mahasiswa.

### Peta Pembelajaran Berfokus Pelanggan (Mahasiswa) di UNRI

Hasil angket dari 65 responden tentang tingkat harapan (ekspetasi) dan yang kenyataan (realita) tersaji pada Tabel 1. Tabel 1 tersebut menjelaskan adanya utama 3 komponen utama pembelajaran: Kesiapan dosen, Pelaksanaan pembelajaran, dan Penilaian pembelajaran termasuk komunikasi dosen-mahasiswa.

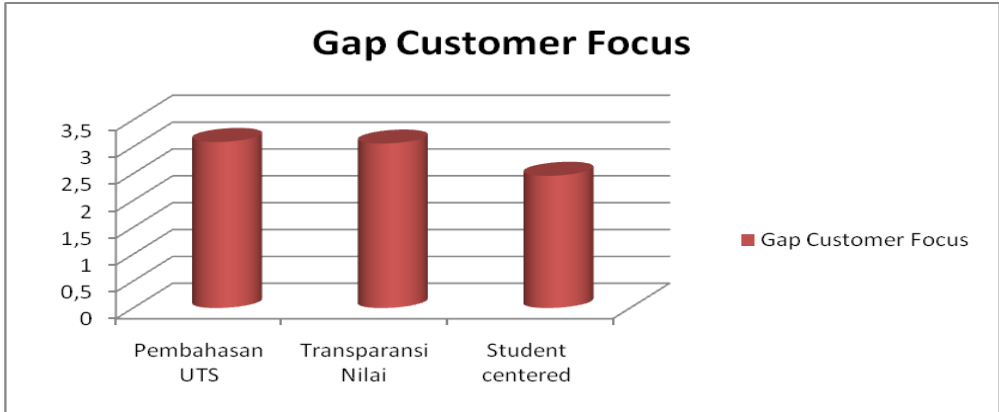
Tabel 1

### Gambaran Harapan (ekspetasi) dan Kenyataan (realita) tentang Pembelajaran yang Berfokus pada Pelanggan (Mahasiswa) di FKIP Universitas Riau

ASPEK	Ekspetasi	Kenyataan	Perbedaan (gap mutu)
<b>A. Kesiapan Dosen</b>			
1 Kontrak kuliah	9,75	7,48	2,27
2 Deskripsi/Tujuan perkuliahan	9,61	7,58	2,03
3 Pemahaman kompetensi mahasiswa.	9,69	7,37	2,32
<b>B. Pelaksanaan Pembelajaran</b>			
4 Penerapan <i>student centered approach</i>	<b>9,63</b>	<b>7,17</b>	<b>2,46</b>
5 Kesesuaian materi	9,55	7,51	2,04
6 Metode scientific	9,62	7,35	2,27
<b>C. Penilaian Pembelajaran</b>			
7 Pembahasan UTS	<b>9,54</b>	<b>6,45</b>	<b>3,09</b>
8 Transparansi Nilai	<b>9,63</b>	<b>6,57</b>	<b>3,06</b>
9 Komunikasi yg responsif/Feed back	9,62	7,6	2,02
10 Akses kom dosen-mhs diluar kelas	9,08	7,35	1,73

Sumber: Data olahan, 2015.

Dari Tabel 1 dapat diketahui skor Ekspetasi dan Kenyataan. Ekspetasi merupakan harapan pelanggan (mahasiswa) dan Kenyataan (realita) merupakan keadaan layanan yang dirasakan atau diterima pelanggan (mahasiswa) dalam proses pembelajaran. Perbedaan skor diantara ekspetasi dan kenyataan, semakin tinggi perbedaan itu menunjukkan semakin tinggi kadar permasalahan pembelajaran pada aspek tersebut. Artinya, ada kesenjangan karena tidak terpenuhinya harapan mahasiswa. Angka-angka pada Tabel 1 menunjukkan ada 3 aspek dengan perbedaan skor tertinggi, yaitu (1) Pembahasan UTS dengan perbedaan **3,09**; (2) Transparansi Nilai dengan perbedaan **3,06**; dan Penerapan *student centered approach* pada angka **2,46**. Tiga aspek yang mengandung arti kurang terpenuhinya harapan mahasiswa dapat disajikan pada Gambar 1.

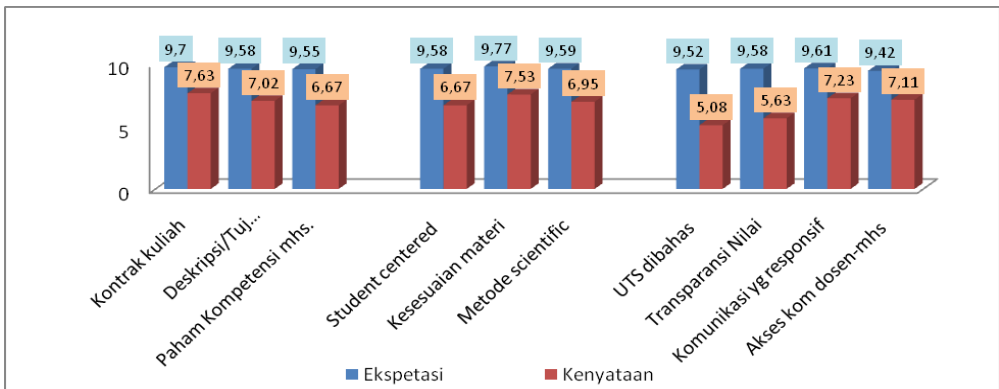


Sumber: Data olahan, 2015.

**Gambar 1**  
Tiga Gap Mutu Tertinggi dalam Sorotan Pelanggan (Mahasiswa) FKIP UNRI

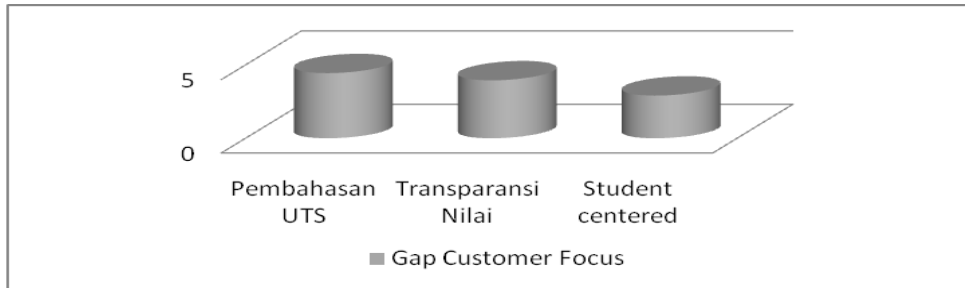
**Peta Pembelajaran Berfokus Pelanggan (mahasiswa) di UIN**

Hal yang sama diberlakukan pada hasil angket dari 64 responden di Fakultas Tarbiyah UIN tentang Tingkat Ekspetasi (harapan) dan dan yang kenyataan (realita) tersaji pada Gambar 2. Gambar tersebut menjelaskan adanya utama 3 komponen utama pembelajaran: Kesiapan dosen, Pelaksanaan pembelajaran, dan Penilaian pembelajaran termasuk komunikasi dosen-mahasiswa.



**Gambar 2**  
Perbedaan tingkat Harapan dan Kenyataan tentang Pembelajaran yang Berfokus pada Pelanggan (Mahasiswa) di Fakultas Tarbiyah UIN, 2015.

Dari Gambar 2 dapat diketahui skor Ekspetasi dan Kenyataan. Ekspetasi merupakan harapan pelanggan (mahasiswa) dan Kenyataan (realita) merupakan keadaan layanan yang dirasakan atau diterima pelanggan (mahasiswa) dalam proses pembelajaran. Semakin tinggi perbedaan itu menunjukkan semakin tinggi kadar permasalahan pembelajaran pada aspek tersebut. Artinya, ada kesenjangan karena tidak terpenuhinya harapan mahasiswa. Angka-angka pada Tabel 1 menunjukkan ada 3 aspek dengan perbedaan skor tertinggi, yaitu (1) Pembahasan UTS dengan perbedaan 4,44; (2) Transparansi Nilai dengan perbedaan 3,95; dan Penerapan *student centered approach* pada angka 2,91. Tiga aspek yang mengandung arti kurang terpenuhinya harapan mahasiswa dapat disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3

### Tiga Gap Mutu Tertinggi dalam Sorotan Pelanggan (Mahasiswa) Fak. Tarbiyah UIN

Hal yang menarik dari temuan sebagaimana dipaparkan adalah adanya kesamaan hasil dari FKIP UNRI dan Fakultas Tarbiyah UIN pada tiga aspek Gap Mutu dalam pelaksanaan pembelajaran menurut ekspetasi pelanggan (mahasiswa). Tiga gap itu adalah:

- (1) Pembahasan Ujian Tengah Semester. Bagi UNRI dan UIN, aspek ini sama-sama menjadi permasalahan gap mutu tertinggi dalam sorotan *customer focus*, meskipun berbeda hasil ukurannya. Hasil di FKIP UNRI pada angka 3,09, sedangkan di UIN pada angka 4,44. Gap ini diindikasikan dengan rendahnya pelayanan diskusi atau penjelasan terhadap soal dan jawaban ujian tengah semester. Mahasiswa kurang mendapatkan penjelasan atas capaian yang diperoleh pada test yang menurut mahasiswa dapat memberi informasi tentang kemampuannya, informasi untuk menyiapkan diri menghadapi ujian akhir semester.
- (2) Transparansi nilai. Sejalan dengan aspek butir (1) di atas, bagi UNRI dan UIN pun menjadi gap tertinggi ke-2 pada komponen pembelajaran yang diukur. Hasil di FKIP UNRI pada angka 3,06, sedangkan di UIN pada angka 3,95. Korelasi dua aspek gap ini bisa jadi berkorelasi dari hasil angket. Rendahnya mahasiswa menerima informasi tentang penjelasan ujian sejalan dengan dugaan rendahnya informasi transparansi nilai. Meskipun di bagian awal perkuliahan telah diinformasikan tentang strategi pembelajaran termasuk strategi penilaian, namun tidak terjadi pada implementasinya.
- (3) Kadar aplikasi *student centered approach*. Sejak lama ajakan menggunakan pendekatan yang *berpusat pada mahasiswa* disampaikan namun kenyataannya hasil angket menempatkan butir ini sebagai gap mutu ke-3 dalam sorotan customer focus. Hasil di FKIP UNRI pada angka 2,46, sedangkan di UIN pada angka 2,91. Mahasiswa masih merasa pasif, dosen dinilai lebih banyak mendominasi dengan teknis pembelajaran ceramah.



## SIMPULAN

Ditemui adanya perbedaan antara harapan (*expected*) pelanggan dengan yang terjadi (*existed*). Semakin tinggi angka selisih antara *expected* dan *existed score* semakin menunjukkan ada permasalahan (*gap*) mutu dalam pembelajaran dari konsep *customer focus*. Baik di UNRI maupun UIN mengalami masalah pembelajaran yang sama, responden mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Riau dan Fakultas Tarbiyah UIN mengenai 3 masalah mutu utama, yaitu (1) Soal UTS yang jawabannya tidak dibahas; (2) Rendahnya transparansi pemberian nilai; dan (3) Kadar penggunaan '*student centre approach*' yang kurang sesuai dengan harapan pelanggan. Urusan mutu pembelajaran bukan semata tanggung-jawab dosen pengampu di dalam kelas, melainkan juga menjadi urusan organisasi, dalam hal ini fakultas dan jurusan; karena pada gilirannya tingkat '*customer focus*' akan memberi pengaruh pada budaya organisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Creswell John W, 2008. *Educational Research*, New Jersey: Pearson
- Dahlgard, Jens J., Kristensen, Kai, dan Kanji G.K., 2007. *Fundamentals of Total Quality Management: Process analysis and improvement*. London: Taylor & Francis.
- Fandy Tjiptono. 2005. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Goetsch, David L. and Davis, Standley B. 2013. *Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality management, Seven edition*, Boston: Pearson.
- Guolla Michael, 1999. Assessing the Teaching Quality to Student Satisfaction Relationship: Applied Customer Satisfaction in the Classroom. *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 7, No. 3 (Summer, 1999), pp. 87-97. Summer 1999.
- Hanaysha Jalal RM., Abdullah Haim H., and Warokka Ari, 2011. Service Quality and Students' Satisfaction at Higher Learning Institutions: The Competing Dimensions of Malaysian Universities' Competitiveness, *open access article, Journal of Southeast Asian Research*, Vol. 2011 (2011), Article ID 855931, 10 pages, DOI: 10.5171/2011.855931 (tersedia di <http://www.ibimapublishing.com/journals/JSAR/2011/855931/855931.pdf>)
- Kundi, M.Ghulam, at. al., 2014. Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Higher Education Institutions (A Case Study of Gomal University, DIKhan, Khyber Pakhtunkhwa Pakistan), *Journal Industrial Engineering Letters*, ISSN 2224-6096 (Paper) ISSN 2225-0581 (online) Vol.4, No.3, 2014
- Riduan, 2003. *Dasar-dasar Statistika*. Alfabeta, Bandung.
- Sallis, Edward. 2002. *TQM in Education*. UK: London.

- Setioko, Aji, 2011. Peningkatan Mutu Pelayanan Pendidikan di MI LUQMAN AL HAKIM SLAWI Kabupaten Tegal. *Journal of Economic Education* 1 (1) (2012) (available at <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>)
- Umiarso & Imam Gojali, 2010. *Manajemen Mutu Sekolah di Era Otonomi Pendidikan*, Yogyakarta: IRCiSoD
- Wina Sanjaya, 2012. *Perencanaan dan Desain Sistem Pembelajaran*, Jakarta: KENCANA
- Yaacob, Zulmaidi. 2014. Direct and Indirect Effects of Customer Focus on Performance in Public Firms. *International Journal for Quality Research* Vol. 8 (2), pg 265-276. ISSN 1800-6450.
- Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, Nomor 13 Tahun 2015 tentang Rencana Strategis Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Tahun 2015-2019