

MANAJEMEN STRATEGIK PENDIDIKAN BERBASIS PELANGGAN

Yohanes Wendelinus Dasor

Program Studi PGSD STKIP St. Paulus, Jl. Jend. Ahmad Yani, No. 10, Ruteng-Flores 86508
e-mail: wdator@yahoo.co.id

Abstract: Strategic Manajement Education Based Customers. A phenomenon indicates that college graduates steadily increase every year. The increasing number is not in line with the availability of employment. Moreover, Indonesian education institutions have not prepared their graduates for work. In this case, there is a mismatch between the college outputs, the demand of economic development, and the quality of graduates under the demand of job requirement. Based on the phenomenon, educational institutions should be handled by customer-based management concept. Customer-based education management is the management of educational institution which produces outputs for the satisfaction of customers. Some characteristics educational outputs are intelligent, skilled and humane. For the sake of that, the educational institutions must consider the quality of education strategic management including the management of cognitive and skill. By this way, educational outputs can meet the demand of customers.

Keywords: manajement, strategic, education, customers

Abstrak: Manajemen Strategik Pendidikan Berbasis Pelanggan. Fenomena yang terjadi di Indonesia adalah jumlah lulusan perguruan tinggi dari tahun ke tahun selalu meningkat. Peningkatan lulusan tersebut tidak disertai dengan ketersediaan lapangan pekerjaan. Lebih dari pada itu lembaga pendidikan di Indonesia dinilai tidak mencetak sarjana yang siap pakai. Ada ketidaksesuaian antara output pendidikan dan tuntutan perkembangan ekonomi serta kualitas lulusan tidak cocok dengan kebutuhan dunia usaha/kerja. Berdasarkan fenomena tersebut maka sudah seharusnya lembaga pendidikan saat ini dikelola dengan suatu konsep manajemen yang berbasis pelanggan. Manajemen pendidikan berbasis pelanggan adalah pengelolaan lembaga pendidikan yang pada akhirnya menghasilkan output yang memuaskan pelanggan. Beberapa ciri output pendidikan yang dapat memuaskan pelanggan diantaranya adalah cerdas, terampil dan berkarakter. Dan untuk menghasilkan output pendidikan yang demikian maka lembaga pendidikan harus memperhatikan kualitas manajemen strategik pendidikan yang mencakup manajemen kognitif dan manajemen skill. Dengan memperhatikan pengelolaan pendidikan yang demikian output pendidikan akan sendirinya dapat memuaskan pelanggan.

Kata Kunci: manajemen, strategik, pendidikan, pelanggan

PENDAHULUAN

Lembaga pendidikan di Indonesia hingga saat ini telah menghasilkan ratusan ribu lulusan yang siap terserap di dunia kerja. Bahkan dari tahun ke tahun berdasarkan data statistik menunjukkan jumlah lulusan perguruan tinggi selalu meningkat. Namun sebuah ironi karena dari sekian lulusan masih begitu banyak yang belum terserap di dunia kerja. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik per Februari 2015, lebih dari 600.000 lulusan perguruan tinggi Indonesia

menganggur. Pengangguran intelektual ini sebagian besar lulusan S-1 yakni 420.000 orang, sedangkan selebihnya lulusan diploma. Mengapa belum terserap di dunia kerja? Menurut Suyanto (Jawa Pos, 2014) lembaga pendidikan di Indonesia dinilai tidak mencetak sarjana yang siap pakai. Ada ketidaksesuaian (*mismatch*) antara output pendidikan dan tuntutan perkembangan ekonomi serta kualitas lulusan tidak cocok dengan kebutuhan dunia usaha. Disamping itu pula dengan semakin meningkatnya

jumlah lulusan ruang kesempatan kerja juga menjadi semakin sempit. Belum lagi dengan tidak semakin bertambahnya lapangan kerja.

Dengan berkaca pada fenomena tersebut sebenarnya merupakan persoalan serius yang harus mendapat perhatian lebih dari lembaga pendidikan tinggi. Bagaimana pun perguruan tinggi tidak hanya mencetak seseorang untuk menjadi sarjana tetapi lebih dari pada itu menyiapkan mahasiswa untuk dapat eksis dan bersaing dengan dunia kerja. Terutama bagaimana kemudian para sarjana memuaskan para pelanggan atau pengguna produk dari perguruan tinggi. Berbicara tentang pelanggan biasanya lebih berkaitan dengan dunia bisnis dan atau birokrasi yang saat ini sedang digaungkan. Dalam konteks bisnis, pelanggan diidentikan dengan raja, yang mana setiap bentuk pelayanan atau produk yang dihasilkan lebih berorientasi pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah kunci kesuksesan sebuah perusahaan, karena dengannya perusahaan semakin dipercaya dan sangat menentukan eksis atau tidaknya perusahaan tersebut di masa datang.

Pendidikan saat ini harus pula dijiwai oleh semangat atau roh pelanggan sebagaimana yang ada dalam dunia bisnis dan birokrasi. Bahwa output pendidikan kelak sangat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat baik di dunia kerja dan sebagainya. Hal ini seiring dengan suatu anggapan bahwa pendidikan merupakan salah satu elemen kebutuhan manusia yang harus dipenuhi di era modern saat ini.

Perkembangan zaman yang kian pesat seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menuntut manusia Indonesia mempersiapkan diri dalam menghadapi setiap laju perkembangan tersebut. Desain yang dibangun dengan suatu dasar bahwa manusia Indonesia tidak tertinggal jauh dari negara lain. Manusia Indonesia harus disiapkan melalui pendidikan yang memadai dan yang tentunya tidak *out of date* dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Tetapi persoalannya adalah pendidikan model mana agar output pendidikan tersebut sungguh memuaskan pelanggan. Karena itu tulisan ini sekiranya sebagai upaya menjawab tuntutan model pendidikan yang lebih kontekstual.

SIAPA PELANGGAN PENDIDIKAN?

Istilah pelanggan sering dihubungkan dengan aktivitas atau kegiatan dalam bidang ekonomi. Sebagaimana pengertian menurut Cambridge International Dictionaries (dalam Lupiyoadi, 2006) bahwa

pelanggan adalah *a person who buys goods or a service* atau seseorang yang membeli barang atau jasa. Demikian pun pengertian yang termuat dalam Webster's 1928 Dictionary (dalam Lupiyoadi, 2006) mengartikan pelanggan sebagai seseorang yang beberapa kali datang ketempat yang sama untuk memenuhi apa yang diinginkan.

Eka (2012) mengartikan pelanggan sebagai seseorang yang membeli suatu barang atau jasa secara berlanjut atau tetap karena sudah merasa terpuaskan dan tidak mau pindah ke penjual lain. Sementara itu Mulyadi dan Setiawan (2001) mengartikan pelanggan yaitu siapa saja yang menggunakan keluaran pekerjaan seseorang atau suatu tim.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan di atas maka pelanggan diartikan sebagai seseorang atau badan yang secara tetap menjadi pembeli dan atau pemakai suatu produk yang dijual atau dihasilkan oleh seseorang atau badan produksi barang dan jasa.

Istilah pelanggan kemudian mengalami perluasan makna. Dewasa ini konsep pelanggan mulai dipergunakan dalam dunia birokrasi seiring dengan munculnya gagasan *reinventing government* (mewirusahaakan birokrasi). Pelanggan dalam konteks birokrasi adalah publik atau masyarakat yang merasakan pelayanan yang diberikan oleh institusi pemerintahan. Lalu bagaimana dengan pelanggan dalam bidang pendidikan?

Supriyanto (2003) mendefinisikan pendidikan sebagai penyedia jasa, yang meliputi biaya pendidikan, penilaian dan bimbingan bagi peserta didik, orang tua peserta didik dan para pendukung. Dengan demikian bagi supriyanto pelanggan dibidang pendidikan meliputi pelanggan primer, sekunder dan tersier. Pelanggan primer adalah peserta didik di mana mereka yang langsung menerima jasa dari proses pendidikan tersebut. Pelanggan sekunder adalah orang yang mendukung adanya pendidikan seperti orang tua dan pemerintah. Sedangkan pelanggan tersier adalah orang yang memiliki andil secara tidak langsung dalam proses pendidikan tetapi memiliki peranan penting dalam pendidikan selaku pemegang kebijakan seperti pemerintah, pegawai dan masyarakat.

Hal yang sama dikemukakan oleh Tjiptono dan Diana (2003) bahwa pelanggan itu berada baik di dalam yang disebut pelanggan internal maupun pelanggan di luar organisasi yang disebut pelanggan eksternal. Pelanggan internal adalah para tenaga pendidik dan kependidikan sedangkan pelanggan eksternal adalah peserta didik sebagai penikmat utama proses pendidikan.

Berbeda dengan Gaspers (1997), bahwa pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa kita untuk memenuhi kebutuhan mereka dan kita membutuhkan mereka untuk dapat menjalankan lembaga atau badan yang kita kelola. Dalam kaitannya dengan pendidikan, maka pelanggan yang dimaksud adalah badan atau usaha, organisasi yang akan menggunakan jasa dari peserta didik sebagai hasil dari suatu proses lembaga pendidikan.

KEPUASAN PELANGGAN

Konsep kepuasan merupakan hal yang mutlak ada dalam diri pelanggan. Tanpa adanya rasa kepuasan, pelanggan bisa saja melepaskan langganannya dan beralih kepada kualitas yang lebih baik. Sedarmayanti (2007) mengartikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika pelanggan merasakan kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa; jika kinerja sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas; dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, senang/gembira.

Untuk bisa memuaskan pelanggan tentu sangat bergantung kepada kualitas produk yang ada. Dalam konteks pelanggan dalam bidang pendidikan, akan sangat memuaskan pelanggan ditentukan oleh kualitas lulusan yang ada. Russel (dalam Murtiningsih, 2004) menegaskan kriteria yang harus dimiliki oleh orang terdidik sebagaimana dari ciri yang melekat pada pendidikan yaitu nilai-nilai kejujuran dan keberanian. Berbekal pengetahuan dan kecerdasan seseorang dapat melibatkan diri secara emosional dengan cinta, keramahan dan keadilan dengan lingkungan dia mengabdikan.

Lovelock (dalam Sedarmayanti, 2007) mengemukakan prinsip-prinsip yang dimiliki untuk mencapai kepuasan pelanggan yaitu jaminan pengetahuan, perilaku dan kemampuan/skill. Lebih lanjut harus didukung pula oleh kualitas-kualitas yang lain yaitu terjemah: penampilan fisik, personal dan komunikasi; handal; pertanggungjawaban dan empati pada tugas dan tanggung jawab. Zethaml (Dalam Sedarmayanti, 2007) juga mengemukakan beberapa karakter yang harus dimiliki individu antara lain *competency*: tuntutan pengetahuan dan keterampilan; *courtesy*: sikap atau perilaku ramah, bersahabat, tanggap; *credibility*: sikap jujur; dan *communications*: kemauan mendengarkan, terbuka

menerima kritik dan bekerjasama. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa karakter yang harus dimiliki oleh lulusan demi kepuasan pelanggan adalah tidak terlepas dari tujuan pendidikan itu sendiri yaitu kecerdasan, keterampilan dan berkarakter.

MANAJEMEN STRATEGIK PENDIDIKAN BERBASIS PELANGGAN

Menjadikan lulusan yang bermutu dengan memiliki segala kualitas yang dapat memuaskan pelanggan tentu menjadi tanggung lembaga pendidikan. Oleh karena itu lembaga pendidikan harus menyiapkan suatu strategi yang sekiranya dapat membantu peserta didik dalam memenuhi kualitas-kualitas tersebut.

Pengertian Manajemen Strategik Pendidikan

Manajemen strategik merupakan gabungan dua kata yaitu manajemen dan strategik yang masing-masing memiliki pengertiannya sendiri. Purwanto (2012) menjelaskan manajemen sebagai proses untuk menyelenggarakan dan mengawasi suatu tujuan tertentu. Manajemen adalah fungsi dewan manajer (biasanya dinamakan manajemen) untuk menetapkan kebijakan (policy) mengenai apa macam-macam produk yang akan dibuat, bagaimana pembiayaannya, memberikan servis dan memilih serta melatih pegawai dan lain-lain faktor yang mempengaruhi kegiatan suatu usaha. Lebih-lebih lagi manajemen bertanggung jawab dalam membuat suatu susunan organisasi untuk melaksanakan kebijakan tersebut. Hal yang sama ditegaskan Abdurachman (dalam Purwanto, 2012) bahwa manajemen adalah kegiatan-kegiatan untuk mencapai sasaran-sasaran dan tujuan pokok yang telah ditentukan dengan menggunakan orang-orang sebagai pelaksana. Jadi dalam hal ini kegiatan dalam manajemen terutama adalah mengelola orang-orangnya sebagai pelaksana. Pendapat tersebut didukung oleh Terry (dalam Purwanto, 2012) bahwa manajemen adalah suatu proses tertentu yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dengan menggunakan manusia/orang-orang dan sumber daya lainnya.

Sedangkan strategik adalah alat untuk mencapai tujuan suatu organisasi dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Strategik dimaksudkan sebagai pilihan untuk melakukan aktivitas

yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dalam suatu organisasi. Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia (Depdiknas, 2008) strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijakan tertentu dengan cermat untuk mencapai sasaran tertentu. Hal yang sama dikemukakan oleh Wena (2010) bahwa strategi adalah cara dan seni menggunakan sumber daya tertentu untuk mencapai tujuan.

Berdasarkan definisi manajemen dan strategik tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen strategik pendidikan adalah suatu cara untuk mengendalikan organisasi pendidikan secara efektif dan efisien sampai kepada implementasi garis terdepan sedemikian rupa sehingga tujuan dan sasarannya tercapai, yakni kualitas organisasi dalam hal ini lembaga pendidikan, efisiensi penganggaran dan penggunaan sumber daya, kualitas evaluasi program dan pemantauan kinerja serta kualitas pelaporan.

Menurut Nawawi (2005), pengertian manajemen strategik mencakup 4 (empat) hal yang diantaranya: *pertama* manajemen strategik adalah *“proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuannya”*. *Kedua* pengertian manajemen strategik adalah *“usaha manajerial menumbuhkan kekuatan organisasi untuk mengeksploitasi peluang yang muncul guna mencapai tujuannya yang telah ditetapkan sesuai dengan misi yang telah ditentukan”*. *Ketiga*, pengertian manajemen strategik adalah *“arus keputusan dan tindakan yang mengarah pada pengembangan strategi yang efektif untuk membantu mencapai tujuan organisasi”*. *Keempat*, manajemen strategik adalah *perencanaan berskala besar (disebut Perencanaan Strategik) yang berorientasi pada jangka waktu masa depan yang jauh (disebut VISI), dan ditetapkan sebagai keputusan manajemen puncak (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil), agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (disebut MISI), dalam usaha menghasilkan sesuatu (Perencanaan Operasional) yang berkualitas, dengan diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan (disebut Tujuan Strategik) dan berbagai sasaran (Tujuan Operasional) organisasi.”*

Ciri khusus manajemen strategik adalah penekananan pada pengambilan keputusan strategis (Hunger, 2003). Keputusan strategik di bidang pendidikan berhubungan dengan masa yang akan datang dalam jangka panjang untuk organisasi secara keseluruhan dan mempunyai tiga karakteristik yaitu: 1) keputusan-keputusan strategik yang tidak biasa dan khusus, yang dapat ditiru; 2) keputusan-keputusan strategik yang memasukkan sumber daya penting dan menuntut banyak komitmen; dan 3) keputusan-keputusan strategik yang menetapkan keputusan yang dapat ditiru untuk keputusan-keputusan lain dan tindakan-tindakan dimasa yang akan datang untuk organisasi secara keseluruhan.

Model Manajemen Strategik

Keputusan strategik dalam suatu lembaga pendidikan sangat bergantung pada kualitas proses manajemen strategik yang dilakukan. Dalam arti sebelum suatu cara dipakai sebagai upaya pencapaian tujuan harus terlebih dahulu mengikuti alur atau tahap-tahap di dalam manajemen strategik. Hunger (2003) mengemukakan 4 elemen dasar dalam proses manajemen strategik yang meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, evaluasi dan pengendalian.

Pertama, Pengamatan Lingkungan

Lingkungan merupakan keadaan di luar organisasi yang berpengaruh pada pengambilan keputusan strategik. Keadaan tersebut membentuk keadaan dalam organisasi dimana organisasi itu hidup dan eksis. Beberapa variabel tersebut antara lain masyarakat dan dunia kerja (pelanggan).

Kehidupan bermasyarakat merupakan suatu keharusan bagi siapa saja yang hidup. Hal ini karena hakikat manusia yang tidak dapat hidup sendiri tetapi juga bergantung pada manusia lain dan karena itu pula berinteraksi dengan pihak lain. Horton dan Hunt (1993) mengartikan masyarakat sebagai kumpulan manusia yang relatif mandiri, hidup bersama-sama dalam waktu yang relatif lama tinggal di suatu wilayah tertentu, mempunyai kebudayaan yang sama serta melakukan sebagian besar kegiatan di dalam kelompok atau kumpulan manusia.

Lingkungan masyarakat dijadikan sebagai tolak ukur di dalam pengambilan keputusan strategis pendidikan dengan mengingat bahwa peserta didik kelak menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang mandiri dan sekaligus melebur dalam rasa

solidaritas bersama masyarakat. Lembaga pendidikan harus mengamati kebutuhan peserta didik dalam kerangka kemandirian untuk dapat hidup dalam masyarakat serta untuk dapat hidup bersama masyarakat.

Selain lingkungan masyarakat, dunia kerja (pelanggan) harus dijadikan pula sebagai tolak ukur dalam pengambilan keputusan strategis. Lembaga pendidikan harus mampu menganalisis dan memetakan keterampilan/skill yang dibutuhkan di dunia kerja sehingga itu dijadikan dasar dalam keputusan strategis yang berkaitan dengan proses pencapaian tujuan pendidikan. Dengan memperhatikan kebutuhan riil di lapangan tentu *output* pendidikan akan memuaskan semua pihak yang membutuhkannya disamping kemandirian peserta didik akan tercapai.

Kedua, Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi (Hunger, 2003). Perumusan strategi meliputi menentukan visi dan misi, tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan.

Visi menunjukkan apa yang menjadi tujuan organisasi di masa depan, atau dengan kata lain visi merupakan jangka panjang bagi organisasi (Purwanto, 2012). Suatu pernyataan visi menjelaskan apa tujuan organisasi yang diinginkan di masa depan dan bagaimana bentuk organisasi yang seharusnya. Sedangkan misi harus menggambarkan tujuan organisasi saat ini dalam artian apa yang harus dilakukan organisasi dalam jangka pendek. Drucker (2000), menjelaskan pada dasarnya misi merupakan alasan mendasar eksistensi suatu organisasi. Jadi menurut Prasetyo dan Benedicta (2004) perumusan misi merupakan realisasi yang akan menjadikan suatu organisasi mampu menghasilkan produk dan jasa berkualitas yang memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggannya.

Yeung (dalam Prasetyo, 2004) menegaskan bahwa misi selalu memiliki keterkaitan dengan tujuan, strategi, standar-standar perilaku dan nilai-nilai dalam suatu organisasi. Karena itu dalam perumusan tujuan, strategi dan pedoman organisasi tidak terlepas dari standar pokok yang termuat dalam visi dan misi organisasi.

Ketiga, Implementasi Strategi

Berbicara tentang implementasi strategi tidak terlepas dari suatu pokok persoalan sebagaimana yang dikemukakan oleh Dunsire (dalam Wahab, 2004) yaitu adanya *implementation gap*, suatu keadaan terjadinya kesenjangan antara apa yang diharapkan atau direncanakan dengan apa yang dicapai sebagai hasil pelaksanaan kebijakan tersebut. Menurut Walter (dalam Wahab, 2004) kesenjangan tersebut sangat bergantung pada *implementation capacity* dari organisasi /aktor dalam melaksanakan kebijakan. Kapasitas implementasi yang dimaksudkan adalah kemampuan suatu organisasi/aktor untuk melaksanakan kebijakan sedemikian rupa sehingga ada jaminan bahwa tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan dalam kebijakan dapat tercapai.

Kamus Webster mengartikan implementasi sebagai “*to provide the means of carrying out; to give practical effect to*” (menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu; menimbulkan dampak terhadap sesuatu). Van Mete dan Van Horn (dalam Wahab, 2004) merumuskan proses implementasi sebagai “*those actions by public or private individuals (or groups) that are directed at the achievement of objectives set forth in prior policy decisions*” (tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu/pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan).

Dengan demikian implementasi strategi pendidikan adalah cara agar sebuah kebijakan pendidikan dapat mencapai tujuan. Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Program merupakan pernyataan aktivitas atau langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu perencanaan. Suatu strategi yang sudah dirumuskan baik dalam visi, misi, tujuan dan sebagainya harus dilakukan demi pencapaian program. Agar tidak terjadi *implementation gap*, maka di dalam pelaksanaan harus memperhatikan prosedur-prosedur yang berlaku disamping adanya dukungan dari berbagai macam sumber-sumber daya yang tersedia baik anggaran, sumber daya manusia, sarana dan prasarana.

Keempat, Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi dan pengendalian adalah proses yang melaluinya aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil

kinerja dimonitor dan kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan. Melalui evaluasi ini para pengelola di semua level menggunakan informasi hasil kinerja untuk melakukan tindakan perbaikan dan memecahkan masalah. Evaluasi dan pengendalian merupakan elemen akhir yang utama dari manajemen strategis. Elemen ini juga dapat menunjukkan secara tepat kelemahan-kelemahan dalam implementasi strategi sebelumnya dan mendorong proses keseluruhan untuk dimulai kembali (Hunger & Wheelen, 2004).

Menurut Hunger & Wheelen (2004) agar evaluasi dan pengendalian efektif, pengelola harus mendapatkan umpan balik yang jelas, tepat dan tidak bias dari semua elemen yang ada dalam keorganisasian. Dengan menggunakan umpan balik tersebut, pengelola membandingkan apa yang sesungguhnya terjadi dengan apa yang sesungguhnya direncanakan dalam tingkat perumusan. Evaluasi juga mesti melibatkan para pengguna produk atau jasa (pelanggan). Keterlibatan pelanggan terutama pula dalam konteks untuk menginput segala permasalahan yang ditemukan dilapangan terkait produk yang dihasilkan dari suatu organisasi. Dengan mengetahui pokok persoalan dilapangan, lembaga pendidikan dapat mengambil langkah-langkah yang perlu untuk perbaikan proses dalam suatu organisasi agar menjawab tuntutan-tuntutan yang dibutuhkan dilapangan.

Strategik Pendidikan Berbasis Pelanggan

Keseluruhan model manajemen strategik mulai dari pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian merupakan strategi dalam merumuskan program jangka panjang suatu organisasi pendidikan. Dan agar program tersebut benar-benar kelak menghasilkan output pendidikan yang berkualitas dan memuaskan pelanggan, maka di dalam proses manajemen strategik pendidikan harus memperhatikan beberapa proses manajemen yang dianggap vital dalam pendidikan. Beberapa hal yang dimaksud antara lain:

Manajemen kognitif

Aspek kognitif merupakan titik sentral keseluruhan proses aktivitas manusia. Istilah kognitif berasal dari bahasa latin yaitu *cognosere* yang mengacu pada arti untuk mengetahui atau untuk mengenali. Dengan kata lain kognitif merujuk pada kemampuan untuk memproses informasi, menerapkan ilmu dan mengubah kecenderungan (Nehlig, 2010).

Istilah kognitif memiliki makna yang sangat kompleks karena berkaitan dengan beberapa aspek diantaranya memori, perhatian, fungsi eksekutif, persepsi, bahasa dan fungsi psikomotor. Stedman (2012) dalam kamus kedokteran menegaskan kognitif sebagai fakultas mental mencakup persepsi, nalar, berhubungan dengan pengetahuan, mengenali, memahami, membayangkan dan menilai. Namun demikian Bostrom dan Sandberg (2009) memberikan batasan aspek kognitif pada yang berhubungan dengan aspek yang menggerakkan organisme dalam memperoleh pengetahuan dan mengatur serta mengelola informasi yang diterima dan yang pada akhirnya memungkinkan organisme dalam mengambil keputusan untuk berperilaku dan bernalar. Dalam kaitannya dengan ini aspek kognitif berhubungan dengan penalaran dan kemampuan akal atau rasio dalam menerima rangsangan dari luar sehingga menghasilkan pengetahuan bagi manusia.

Peningkatan fungsi kognitif pada manusia menjadi urgen dilakukan terutama pada peserta didik. Hal ini dilakukan agar peserta didik memiliki tingkat pemahaman, penalaran serta analisa yang tajam pada setiap persoalan pengetahuan yang dihadapi. Karena itu menjadi fungsi lembaga pendidikan untuk turut memperhatikan pengembangan aspek kognitif peserta didiknya. Manajemen kognitif dimaksudkan bagaimana lembaga pendidikan mengatur strategi di dalam peningkatan aspek kognitif peserta didiknya.

Ada beberapa metode di dalam peningkatan fungsi kognitif manusia. Diantaranya adalah metode farmakologi dan nonfarmakologi. Pendekatan farmakologi adalah intervensi atau penggunaan obat-obatan, suplemen atau jenis konsumsi makanan tertentu dalam meningkatkan fungsi afektif manusia. Intervensi farmakologi sudah banyak digunakan oleh masyarakat dalam upaya meningkatkan fungsi afektifnya. Dalam sebuah studi yang dilakukan terhadap mahasiswa di Amerika, ditemukan bahwa sekitar 7% mengkonsumsi jenis obat tertentu dalam merangsang kerja aspek kognitifnya (szalavits, 2009).

Sedangkan pendekatan nonfarmakologi adalah intervensi konvensional melalui teknik-teknik khusus seperti olahraga, meditasi, yoga, membaca dan sebagainya dalam upaya meningkatkan fungsi afektif manusia.

Peranan lembaga pendidikan dalam meningkatkan fungsi afektif manusia digolongkan dalam pendekatan nonfarmakologi ini. Lembaga pendidikan

menyiapkan segala macam cara dalam upaya peningkatan fungsi kognitif peserta didiknya. Salah satu cara yang dilakukan adalah terus menerus mendorong peserta didik untuk membaca dan membaca.

Aktivitas membaca merupakan sesuatu yang melibatkan banyak unsur yang meliputi unsur visual, berpikir, psikolinguistik dan meta kognitif (Rahim, 2007). Dengan melibatkan banyak unsur tersebut sebenarnya aktivitas membaca membantu seseorang juga di dalam pengembangan daya nalar. Tampubolon (1990), menegaskan membaca adalah suatu cara untuk membina daya nalar. Melalui membaca daya nalar seseorang dilatih dan terbina. Karena itu menjadi kewajiban lembaga pendidikan untuk menyediakan segala fasilitas yang dapat membantu aktivitas membaca peserta didiknya. Di dalam manajemen sebuah lembaga pendidikan unsur sarana dan prasarana terutama bahan bacaan menjadi urgen diperhatikan.

Selain peningkatan kuantitas dan kualitas bahan bacaan peserta didik dalam upaya peningkatan fungsi afektif manusia, hal yang harus mendapat perhatian juga adalah melalui perhatian pada kegiatan-kegiatan yang bernuansa spiritual seperti meditasi, refleksi dan sebagainya. Karena itu sebuah lembaga pendidikan yang dibangun tidak hanya cenderung memperhatikan pada peningkatan kecerdasan intelektual, skill, sosial tetapi juga kecerdasan spiritual. Kecerdasan spiritual sebagai upaya pendukung dalam peningkatan fungsi kognitif dan atau kecerdasan intelektual peserta didik. Menurut Rohma (2009) kecerdasan spiritual akan membantu seseorang pada pola berpikir yang lebih jernih, tenang, membuka wawasan berpikir yang pada akhirnya sampai pada kebijaksanaan hidup sejati.

Manajemen skill

Skill adalah kecakapan, kepandaian, keterampilan yang dimiliki oleh seseorang melalui proses belajar. Manajemen skill yaitu bagaimana mengatur atau mengelola suatu strategi sehingga menghasilkan peserta didik yang cakap, pandai dan terampil. Skill dikelompokkan lagi menjadi *hard skill* dan *soft skill*. Aspek kognitif yang sudah dijelaskan pada bagian terdahulu sebenarnya juga merupakan bagian dari aspek *hard skill* namun penulis sengaja membahasnya secara khusus mengingat pentingnya aspek tersebut dalam mengelola dan mengendalikan *hard skill* dan *soft skill*.

Hard Skill

Hard skill dapat dikatakan sebagai kompetensi utama yang dibutuhkan di dunia kerja. Bahrumisyah (2010) mendefinisikan *hard skill* sebagai penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi dan keterampilan teknis yang berhubungan dengan bidang ilmu yang dipelajarinya. Penguasaan akan ilmu pengetahuan dan teknologi akan menjadi modal utama di dalam mendapatkan pekerjaan bagi seseorang.

Oleh karena itu *hard skill* sangatlah penting untuk terus dikembangkan, mengingat keberhasilan seseorang di dalam pekerjaan tergantung pada bagaimana *hard skill* yang dimiliki. Seseorang tidak mungkin diterima di sebuah perusahaan atau pada bidang pekerjaan lainnya tanpa memiliki kompetensi teknis sesuai dengan yang dibutuhkan.

Lembaga pendidikan sebagai sarana dalam mempersiapkan peserta didik untuk terjun ke dunia kerja harus memperhatikan apa yang dibutuhkan dalam rangka meningkatkan keahlian peserta didik. Karena itu strategi manajemen pendidikan harus memperhatikan keseimbangan dalam berbagai lini atau bidang keorganisasian. Purwanto (dalam Daryanto, 2010) menegaskan bahwa strategi manajemen pendidikan sebagai segenap proses pengajaran dan pengintegrasian segala sesuatu, baik personel, spiritual dan material, yang bersangkut paut dengan pencapaian tujuan pendidikan. Melalui pengintegrasian segala proses tersebut peserta didik yang pandai dan terampil akan dapat tercapai.

Soft Skill

Soft Skill merupakan kemampuan seseorang diluar kemampuan teknis dan akademis yang dimilikinya. Istilah *soft skill* berkaitan dengan kecerdasan emosional seseorang, karakter, kemampuan berkomunikasi, bahasa, keramahan, kebiasaan pribadi dalam hubungannya dengan pihak lain (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008).

Elfindri dkk (2011:67), mendefinisikan *soft skills* sebagai keterampilan dan kecakapan hidup, baik untuk sendiri, berkelompok, atau bermasyarakat, serta dengan Sang Pencipta. Dengan mempunyai *soft skills* membuat keberadaan seseorang akan semakin terasa di tengah masyarakat. *Soft skill* mencakup keterampilan akan berkomunikasi, keterampilan emosional, keterampilan berbahasa, keterampilan berkelompok, memiliki etika dan moral, santun dan keterampilan spiritual. Berthall (Diknas,

2008) mendefinisikan *soft skill* sebagai tingkah laku personal dan interpersonal yang dapat mengembangkan dan memaksimalkan kinerja manusia (melalui pelatihan, pengembangan kerja sama tim, inisiatif, pengambilan keputusan lainnya).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *soft skill* merupakan komponen kualitas individu yang mencakup kemampuan dalam manajemen diri, dalam hubungannya dengan diri pribadi dan hubungannya dengan orang lain. Manajemen diri mencakup kesadaran diri, kepercayaan diri, penilaian diri, sifat-sifat unggul seperti ketekunan, ketaatan, kedisiplinan, loyalitas dan sebagainya. Sedangkan manajemen diri dalam hubungannya dengan orang lain mencakup sikap menghargai, keterbukaan pada kritik dan saran, komunikatif, sosialitas dan sebagainya.

Komponen *soft skill* penting dimiliki sebagai pendukung atau pelengkap *hard skill*. Elfindri dkk (2011:175) menegaskan bahwa *soft skill* yang menyebabkan berfungsinya *hard skills* yang dimiliki. *Soft skills* menentukan arah pemanfaatan *hard skills* dalam ruang dan lingkup pemanfaatannya. Jika seseorang memiliki kualitas intelektual dan pengetahuan yang memadai dan didukung oleh kualitas *soft skill*, maka ilmu dalam keterampilan yang dikuasainya dapat mendatangkan kesuksesan bagi pemilik dan lingkungannya. Sebaliknya, jika tanpa didukung oleh kualitas *soft skills* yang baik, maka *hard skills* dapat membahayakan diri sendiri dan orang lain.

Pendidikan *soft skill* dengan demikian menjadi urgen diberikan pada lingkup lembaga pendidikan. Pentingnya pendidikan *soft skill* mengingat sebagian besar kompetensi yang dibutuhkan di dunia kerja adalah kemampuan *soft skill* ini. Elfindri (2011) mengutip hasil survey yang dilakukan oleh NACE (National Association Of Colleges and Employee) bahwa terdapat 19 kemampuan yang dibutuhkan di dunia kerja. Kesembilanbelas kemampuan tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Berdasarkan tabel 1 16 komponen kompetensi di antaranya merupakan aspek *soft skill*. Ini menunjukkan dominansi aspek *soft skill* yang dibutuhkan dalam dunia kerja. Sedangkan selebihnya merupakan komponen *hard skill*. Melihat hal tersebut maka seogianya dalam manajemen strategik lembaga pendidikan harus mengedepankan aspek *soft skill* dalam sistem pendidikan dan pembinaannya.

Soft skill merupakan kemampuan yang melekat dalam diri seseorang, namun dapat dikembangkan melalui pendidikan dan pelatihan. Akan tetapi bagaimanakah itu diintegrasikan dalam lembaga pendidikan?

Pembelajaran yang dilakukan di lembaga pendidikan tentu ditopang oleh berbagai unsur yang terkandung di dalamnya, mulai dari administrasi material, personal dan kurikulum. Dalam pengembangan kurikulum di lembaga pendidikan penting

Tabel 1. Kompetensi Individu Dalam Dunia Kerja

Kompetensi	Klasifikasi Skill	Skor	Rangking Urgensi
Komunikasi	Soft skill	4,69	1
Kejujuran/integritas	Soft skill	4,59	2
Bekerjasama	Soft skill	4,54	3
Interpersonal	Soft skill	4,5	4
Etos kerja yang baik	Soft skill	4,46	5
Motivasi/inisiatif	Soft skill	4,42	6
Mampu beradaptasi	Soft skill	4,41	7
Analitikal	Kognitif hard skill	4,36	8
Komputer	Psikomotor hard skill	4,21	9
Organisasi	Soft skill	4,05	10
Orientasi detail	Soft skill	4	11
Kepemimpinan	Soft skill	3,97	12
Percaya diri	Soft skill	3,95	13
Sopan/beretika	Soft skill	3,82	14
Bijaksana	Soft skill	3,75	15
Indeks prestasi >3,00	Kognitif hard skill	3,68	16
Kreatif	Soft skill	3,59	17
Humoris	Soft skill	3,25	18
Kemampuan Entrepreneurship	Soft skill	3,23	19

Sumber: Elfindri (2011)

untuk memperhatikan kebutuhan-kebutuhan di dunia kerja khususnya kompetensi *soft skill* disamping kemampuan *hard skill* seseorang.

KESIMPULAN

Dunia dewasa ini diwarnai oleh adanya persaingan dalam berbagai segi kehidupan. Persaingan sebagaimana biasa pasti ada yang kalah dan ada yang menang, ada yang larinya cepat dan ada yang larinya lambat. Lantas bagaimanakah cara supaya anak-anak zaman ini tidak ada yang tertinggal dalam kekalahan dan *kekuranggesitan* ditengah persaingan tersebut?

Gagasan pendidikan sebagai alat perlawanan yang dikemukakan Paulo Freire patut mendapat tempat yang utama dalam hati dan pikiran semua orang. Pendidikan sebagai alat perlawanan bukan hanya dalam konteks melawan segala bentuk penindasan akibat kebodohan tetapi juga dalam kaitannya dengan melawan segala yang membuat individu atau diri sendiri tertinggal dan kalah oleh persaingan dengan yang lainnya. Namun apakah lembaga pendidikan sudah siap dalam membantu individu untuk dapat berkompetensi dalam dunia yang terus berkembang ini?

Pada kenyataannya, dunia mengalami perubahan dari waktu ke waktu sesuai dengan kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dan karena itu pula seioigianya pendidikan harus mengalami perubahan dari waktu ke waktu sesuai dengan tuntutan zaman. John Dewey (dalam Murtiningsih, 2004) mengatakan bahwa pendidikan adalah proses pembaharuan makna-makna pengalaman lewat proses transmisi insidental dan intensional. Dengan usaha demikian, pendidikan membantu manusia untuk merealisasikan segala kemampuan yang ada dalam dirinya untuk menjadi pribadi mandiri. Untuk itu pula diperlukan sebuah metode pendidikan yang benar-benar mampu membuat manusia sadar sebagai subyek pelaku dari perubahan. Salah satu model pendidikan yang ditawarkan adalah melalui suatu konsep manajemen startegik pendidikan yang berbasis pelanggan. Pendidikan yang berbasis pelanggan adalah pendidikan yang menyenangkan dan memuaskan pelanggan. Dengan adanya tingkat kepuasan yang maksimal dari pelanggan maka *output* dunia pendidikan tidaklah *out of date*, tetapi selalu laku dalam dunia yang penuh persaingan.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdul, W., & Solichin. 1997. *Analisis kebijakan dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan negara*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aprilianty, E. 2012. *Pengaruh Keberibadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Muhammadiyah*. Jurnal Pendidikan Vokasi Volume 2, No. 3.
- Bahrumsyah. 2010. <http://www.harianglobal.com/tingkatan-kualifikasi-pendidik>. Akses 7 Maret 2016.
- Bostrom, N., & Sandberg, A. 2009. *Cognitive Enhancements: Methods, Ethicts, Regulatory Challenges*.
- Daryanto. 2010. *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dorland, N. 2002. *Kamus Kedokteran*. Edisi 29. Jakarta: EGC.
- Drucker, P. 2000. *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper Bussines.
- Elfindri, dkk. 2011. *Pendidikan Karakter*. Jakarta: Baduose Media.
- Fandy, T., & Anastasia, D. 1995. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Farida, R. 2007. *Pengajaran Membaca di Sekolah Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gasperz, V. 1997. *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hadari, N. 2005. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Gadjah Mada Pers.
- Horton, P.B., & Hunt, C. 1993. *Sosiologi*. Terjemahan oleh Amanuddin Ram dan Tita Sobari. Jakarta: Erlangga.
- Hunger, D.J., & Wheelen, T.L. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI.
- Lupiyuoadi, H. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Medika.
- Mulyadi, dan Setiawan, J. 2001. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Murtiningsih, S. 2004. *Pendidikan Alat Perlawanan*. Yogyakarta: Resist Book.
- Nehlig, A. 2010. *Is Caffeine a Cognitive Enhancer?* Jurnal of Alzheimer Disease 20: S85-S94.
- Prasetyo, C., & Benedicta, J. 2004. *Perencanaan Strategy*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Purwanto, N.M. 2012. *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rohma, N. 2009. *Kepuasan Guru SLB*. WartaWarga Student Journalism. (online). Available FTP: <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2009/12/kepuasan-guru-slb>. akses 7 Maret 2016.

- Supriyanto, A. 2003. *Manajemen Pendidikan*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Supriyanto, A. 1999. *Total Quality Manajemen di Bidang Pendidikan*. Malang: Jurusan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang.
- Sedarmayanti. 2007. *Good Governance dan Good Corporate Governance*. Bandung: Mandar Maju.
- Szalavitz, M. 2009. *Popping Smart Pills: The Case For Cognitive Enhancement*. Time (Online). Available From: <http://www.time.com/time/health/article/0,8559,1869435,00,html>. (Accessed 2 Maret 2016).
- Tampubolon. 1990. *Kemampuan Membaca, Teknik Membaca Efektif dan Efisien*. Bandung: Aksara.
- Wena, M. 2010. *Strategi Pembelajaran Inovatif Kontemporer*. Jakarta: Bumi Aksara.