

SISTEM MANAJEMEN MUTU DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN

Maria Ulfah¹, Suhari Muharam^{2*}, Maisyaroh³, Riska Zulianti Saputri⁴, Noer Achmad Gifari⁵, Azzahra Mardatillah⁶, Go'an Abdul Mustaqim⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Jakarta
suhari.muharam19@gmail.com*

e-ISSN: 2985-7996

Article History:

Received: 28-02-2023

Accepted: 03-04-2023

Abstrak : Menurunnya persentase jumlah pendaftar atau siswa di Lembaga kursus bahasa Inggris Mahesa Institute tiap tahunnya yaitu dari tahun 2018-2020. Dari hal tersebut maka perlu ditingkatkan lagi manajemen mutu agar tujuan jangka panjang dapat tercapai. Dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mahesa Institute harus terus ditingkatkan karena sangat identik dengan keberadaan organisasi yang bersangkutan. Pelayanan yang buruk akan mengurangi dan menurunkan mutu organisasi tersebut. Tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui sistem manajemen mutu di Mahesa Institute dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Untuk sumber datanya, meliputi data primer dan data sekunder. Untuk teknik pengumpulan data peneliti menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian, bahwa evaluasi merupakan salah satu bagian dari sistem manajemen, dimana evaluasi ini berfungsi sebagai monitoring dalam suatu kegiatan atau berjalannya suatu program. Dalam evaluasi ini digambarkan melalui penilaian dan data-data yang didapat dari tes maupun non tes. Dengan evaluasi pelanggan juga merupakan bentuk mempertahankan kualitas pelayanan dan juga sebagai monitoring untuk mengetahui kekurangan dalam suatu hal. dengan adanya evaluasi juga menjadi di acuan suatu pihak atau kegiatan untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya. Selain itu juga dengan adanya evaluasi yang dilakukan oleh Mahesa Institute sangatlah bermanfaat bagi pihak terkait, baik Institut maupun pelanggan. Karena dengan adanya evaluasi maka baik dari segi pelayanan, kualitas dan metode yang akan disediakan oleh pihak Mahesa Institute akan sangat menghasilkan serta meningkatkan kepuasan lebih dari pelanggan yang diharapkan.

Kata Kunci : Sistem Manajemen Mutu, Meningkatkan Kepuasan Pelanggan



PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan menjadi konsep yang sangat penting dalam perencanaan bisnis dan manajemen mutu perusahaan. Pelanggan pada umumnya menerima produk yang dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik dan serta memuaskan. Kepuasan dapat membentuk pendapat yang baik. Hal tersebut menjadi hal yang sangat penting sebagai acuan dalam pembenahan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan yang dapat diberikan ke pelanggan dapat memberikan kepuasan yang optimal. Dalam hal tersebut dibutuhkan organisasi, perusahaan atau bisnis untuk perlu menerapkan manajemen mutu dan untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Perusahaan atau organisasi akan menetapkan target kualitas yang harus dipenuhi dan disepakati oleh pelanggan dengan mengatur, mengidentifikasi dan memperbaiki masalah kualitas yang dihadapi kemudian memastikan produk dan jasa yang diproduksi oleh tim-tim sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini juga selaras dengan Teori TQM (*Total Quality Management*). Pelayanan memuaskan oleh Mahesa Institute yang dirasakan oleh masyarakat yang modern dan majemuk tentu saja berbeda-beda. Karena itu dituntut untuk berusaha meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan kepada pelanggan agar pelanggan puas dan percaya kepada perusahaan sehingga berpotensi memberikan keuntungan kepada perusahaan dalam jangka panjang.

Berikut ini adalah salah satu contoh persentase jumlah siswa di Mahesa Institute dari tahun 2018-2019.



Gambar 1. Data Jumlah Siswa di Mahesa Institut tahun 2018-2019

Dari data di atas dapat dikatakan bahwa persentase jumlah pendaftar atau siswa di Lembaga kursus bahasa Inggris Mahesa Institute mengalami penurunan tiap tahunnya yaitu dari tahun 2018-2020. Dari hal tersebut maka perlu ditingkatkan lagi manajemen mutu agar tujuan jangka panjang dapat tercapai. Dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mahesa Institute harus terus ditingkatkan karena sangat identik dengan keberadaan organisasi yang bersangkutan. Pelayanan yang buruk akan mengurangi dan menurunkan mutu organisasi tersebut. Sejalan dengan ketatnya persaingan, maka harus terus meningkatkan daya saing, karena daya saing yang merupakan keunggulan dari suatu perusahaan adalah mutu pelayanannya.

Hal ini juga selaras dengan Teori TQM (*Total Quality Management*). Pelayanan memuaskan oleh Mahesa Institute yang dirasakan oleh masyarakat yang modern dan majemuk tentu saja berbeda-beda. Karena itu dituntut untuk berusaha meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan kepada pelanggan agar pelanggan puas dan percaya kepada perusahaan sehingga berpotensi memberikan keuntungan kepada perusahaan dalam jangka panjang.

Untuk mencapai suatu tujuan tersebut, maka diperlukan proses strategi dan perencanaan yang matang dan harus diawali dengan perencanaan yang baik, agar keputusan yang diambil terarah, tepat, dan terstruktur agar kualitas mutu yang

diharapkan dapat tercapai dan memenuhi standar kebutuhan yang berlaku. Dalam tahap perencanaan diperlukan analisis untuk mengetahui seberapa besar kebutuhan dari konsumen atau pelanggan agar mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk maupun jasa yang dihasilkan.

Dari latar belakang tersebut, maka peneliti menyajikan permasalahan untuk mengetahui cara *system management* mutu di Mahesa Institute dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Demikian sejauh manakah sistem manajemen mutu di Mahesa Institute dapat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan untuk datang ke Mahesa Institute.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif deskriptif menyesuaikan pendapat antara penulis dengan informan atau pemberi informasi. Pemilihan metode ini dilakukan karena tidak bisa dalam bentuk angket dan penulis lebih mendeskripsikan segala fenomena dan upaya atau strategi dalam meningkatkan mutu di institut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya dengan cara observasi (pengamatan), wawancara (*interview*), dan dokumentasi. Jenis observasi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Participant Observation* (Observasi Berperan Serta) dalam observasi ini, peneliti selain melakukan pengamatan juga menjadi partisipasi dalam setiap kegiatan yang di ikuti pelaku sedang diamati atau yang digunakan menjadi sumber data penelitian. Teknik pengumpulan data wawancara terstruktur dilaksanakan dengan bentuk pedoman wawancara dengan pertanyaan yang diberikan kepada penulis (pewawancara) mencatat jawaban data dari responden yang diteliti. Di samping itu, penelitian melakukan dengan cara mengumpulkan dokumen berupa gambar dan foto yang berkaitan dengan sistem manajemen mutu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Konsep Sistem Manajemen Mutu

Menurut Ahmad (2020: 43) Manajemen mutu, (*quality management*) atau manajemen mutu terpadu (*total quality management-TQM*) didefinisikan sebagai suatu cara meningkatkan performansi secara terus-menerus (*continuous performance inprovement*) pada setiap tingkatan operasi atau proses, dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi, dengan menggunakan SDM dan modal yang ada.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Total Quality Management* (TQM) atau Manajemen Mutu Terpadu (MMT) adalah suatu pendekatan atau manajemen untuk meningkatkan kualitas, kompetitif, efektivitas, serta fleksibilitas dari seluruh organisasi dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Manajemen mutu merupakan usaha atau proses yang dilakukan suatu organisasi untuk memperlihatkan dan mencapai gambaran yang dapat menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang diharapkan. Dari mutu inilah kita dapat melihat keunggulan suatu organisasi.

Menurut Mujibchalil (Skrispi, 2019: 54) Manfaat dari manajemen mutu terpadu, yaitu: keluhan dari berbagai pihak dapat di eliminasi sekecil mungkin, pemanfaatan sumber daya yang dimiliki lebih optimal, aktivitas lebih efektif dan efisien, memperoleh pengakuan dari pihak lain. Untuk menghasilkan kualitas terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan manusia, proses, dan lingkungan. Implementasi manajemen mutu terpadu dapat meningkatkan produktivitas organisasi (kinerja kuantitatif), meningkatkan kualitas (menurunkan kesalahan dan tingkat kerusakan), meningkatkan efektivitas pada semua kegiatan; meningkatkan efisiensi

(menurunkan sumberdaya melalui peningkatan produktivitas), dan mengerjakan segala sesuatu yang benar dengan cara yang tepat.

Menurut analisa peneliti bahwa manfaat dari manajemen mutu adalah dapat memunculkan motivasi dari dalam diri bagi sebuah organisasi yang melakukan sistem manajemen mutu. Dapat meningkatkan dan menjaga nama baik dari organisasi tersebut dan dapat meningkatkan standar kualitas dari produk yang akan di keluarkan dalam organisasi tersebut.

Kemudian pengukuran kualitas dalam TQM harus ada pengukuran kualitas secara berkala agar dapat mencegah terjadinya kesalahan dalam pekerjaan.

Selanjutnya tim kerjasama. Dalam TQM harus ada keserasian antara sekelompok dalam bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama yang diinginkannya.

Keterlibatan pemimpin dalam pelaksanaan manajemen mutu. Sebagai pemimpin yang bertanggung jawab harus mengawasi dan mengorganisir serta saling bekerjasama dalam peningkatan manajemen mutu.

Menurut Septi & Yoni (Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 23 No. 5, Maret 2012 : 446) menyebut strategi peningkatan manajemen mutu dalam pendidikan adalah suatu kesatuan rencana yang dirancang secara berkelanjutan oleh Lembaga pendidikan (sekolah) dengan tujuan meningkatkan pengelolaan Lembaga pendidikan (sekolah) secara lebih efektif, efisien, dan berkeadilan untuk mewujudkan mutu pendidikan sebagaimana yang diharapkan.

Strategi peningkatan mutu perguruan tinggi tidak akan lepas dari sistem pengembangan yang terencana, terukur dan teratur dalam menjalankan roda organisasi, upaya-upaya dan terobosan yang produktif sangat perlu dilakukan serta dikembangkan karena perguruan tinggi merupakan wadah untuk mencetak generasi intelektual sekaligus pencetak generasi-generasi yang memiliki *akhlakul kharimah*.

Strategi dalam pengembangan mutu perguruan tinggi bisa dimulai dari membangun sarana prasarana yang memadai tetapi juga sangat diperhatikan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), agar memiliki daya saing baik di level nasional dan juga level internasional karena perguruan tinggi yang bermutu itu mampu menjawab tantangan, kebutuhan, dan keinginan masyarakat seiring dengan kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan yang terus maju.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya respons pelanggan terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dinikmati oleh pelanggan pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan atau mengonsumsi produk/jasa. Dengan demikian kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, dimana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan.

Beberapa pengertian kepuasan menurut pendapat para ahli:

1. Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Rangkuti (seperti dikutip Fitri dan Ismanto, 2018: 427) Kepuasan pelanggan adalah Respons atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.
2. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Rangkuti (seperti dikutip Fitri dan Ismanto, 2018: 427) kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

3. Menurut Lovelock (seperti dikutip Fitri dan Ismanto, 2018: 427) Kepuasan pelanggan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan, atau kesenangan.

Menurut Susan Fournier dan David Glen Mick (seperti dikutip Samsirin, 2015: 143) kepuasan pelanggan, digambarkan, sebagai suatu proses yang dinamis, dapat berubah karena berkaitan dengan dimensi sosial yang kuat.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya kepuasan pelanggan menjadi kunci suksesnya perusahaan dalam memasarkan produk yang diproduksi sehingga dapat membangun dan memperoleh reputasi produk perusahaan yang dibutuhkan pelanggan dalam waktu jangka panjang. Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, sekiranya ada beberapa faktor utama yang harus diperhatikan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil final mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas dan terjamin pemakaiannya.

2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan hal yang paling krusial dalam menjalankan suatu bisnis karena jika pelayanan baik maka konsumen akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan hanya karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu (Lupiyoadi, 2001: 158).

Dengan demikian hal yang harus diperhatikan dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan tersebut.

Menurut Kotler (seperti dikutip Buchari, 2014: 1285) beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. *Complain and suggestion system* (sistem keluhan dan saran).

Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh langganan. Ada perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran, keluhan serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, *custom houtline*, telepon bebas pulsa. Informasi ini ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

2. *Customer satisfaction survey* (survei kepuasan pelanggan),

Dalam hal perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta mengisi angket.

3. *Ghost shopping* (pembeli bayangan)

Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayaninya.

4. *Lost customer analysis* (analisa pelanggan yang lari)

Langganan yang hilang di coba dihubungi. Mereka diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang di terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

Menurut analisa peneliti bahwa pengukuran kepuasan pelanggan yaitu adanya pengukuran ini menjadi evaluasi bagi suatu perusahaan atau suatu lembaga untuk meningkatkan hasil (*outcome*) baik dari kualitas pelayanan maupun manajemen mutu.

Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan kepada pelanggan. Dengan demikian Jika pelanggan merasakan bahwa kualitas dari produk/jasa melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka, maka kepuasan pelanggan akan menjadi tinggi atau paling sedikit bernilai besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa sistem manajemen mutu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Mahesa Institute bahwa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dapat melalui pengelolaan lembaga yang diberikan oleh pihak Mahesa Institute dengan memberikan pengelolaan lembaga yang baik, serta struktur divisi yang berjalan sesuai dengan tugas, pokok, dan fungsi. Selain itu pihak Mahesa Institute juga memberikan standar pelayanan dan metode pembelajaran setiap tutor atau guru yang sesuai dengan kebutuhan para pengikut program pembelajaran di Mahesa Institute.



Gambar 2. Wawancara bersama Direktur Mahesa Institute yaitu Bapak Arsyad Naufal Ngadiono, S.Pd

Berdasarkan hasil wawancara bersama Direktur Mahesa Institute yaitu bapak Arsyad Naufal Ngadiono, S.Pd dengan pertanyaan, Bagaimana standar pelayanan yang diberikan oleh Mahesa Institute terhadap peserta didik?

“Untuk standar pelayanan Mahesa memberikan Enjoy Service, pelayanan penuh. Sedangkan pelayanan mahesan dalam pembelajaran menggunakan Enjoy full Learning bila di kelas. Mahesa mengutamakan kenyamanan Client. Sekarang mahesa juga aktif dalam sosial media (Instagram) dengan slogan yang sekarang (Baru bisa Inggris ke Mahesa) kalau dulu tagline (One for All. Committed to Quality). Di Mahesa itu sekarang (Satu Untuk Semua) karna semuanya ada di sini karna Mahesa mengutamakan kualitas. Berkomitmen menjaga kualitasnya. Kalo sekarang mahesa menggunakan slogan (Pasti Bisa) jadi orang yang baru

datang kesini belum bisa, menjadi bisa." (Arsyad Naufal Ngadiono, Wawancara, 23 Juni 2022)

Dengan demikian peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dapat melalui pengelolaan lembaga yang diberikan oleh pihak Mahesa Institute dengan memberikan pengelolaan lembaga yang baik, serta struktur divisi yang berjalan sesuai dengan tugas, pokok, dan fungsi. Selain itu pihak Mahesa Institute juga memberikan standar pelayanan dan metode pembelajaran setiap tutor atau guru yang sesuai dengan kebutuhan para pengikut program pembelajaran di Mahesa Institute.

Pengelolaan lembaga yang baik dapat menciptakan struktur yang baik pula, begitu pula dengan standar pelayanan, apabila pelayanan yang diberikan oleh pihak Mahesa Institute dapat diterima oleh masyarakat, pelajar, dan lembaga pendidikan, maka pelayanan yang diberikan oleh pihak Mahesa Institute dinyatakan berhasil. Adapun metode pembelajaran yang diterapkan tutor atau guru dalam kegiatan belajar mengajar berlandaskan *Enjoy full Learning* dapat menghasilkan pelayanan yang bermutu sesuai dengan visi dan misi Mahesa Institute.



Gambar 3. Wawancara bersama peserta didik yang sedang mengikuti program di Mahesa Institute

Selanjutnya dikuatkan oleh hasil wawancara bersama beberapa peserta didik yang sedang mengikuti program di Mahesa Institute yaitu saudara Prasetyo, Azra, Febian, Sesar dan Wahyudi dengan pertanyaan, bagaimana standar pelayanan yang diberikan oleh institute Mahesa ?

"Standar pelayanannya sudah cukup baik. Dari pengelolaan pembagian kelas dilakukan dengan melakukan pretest untuk pengukuran pengetahuan peserta didik diawal masuk. Pengajaran pembelajaran juga dilakukan dengan fun learning." (saudara Prasetyo, Azra, Febian, Sesar dan Wahyudi, Wawancara, 23 Juni 2022).

Dari pernyataan di atas menyatakan bahwa Mahesa Institut tetap menekankan standar kepuasan kepada *client* dengan cara memberikan kenyamanan sehingga kepuasan pelanggan dapat terus dipertahankan (*customer satisfaction*) karena kualitas pelayanan yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan (*expcted service*) maka kualitas jasa dipersepsikan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan juga buruk.

Dengan demikian peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pihak Mahesa Institute menanamkan standar kualitas yakni dengan prinsip kenyamanan kepada *client* atau mahasiswa dengan melalui metode pembelajarannya yang *Enjoy Full Learning* maka *client* merasa akan lebih mudah beradaptasi dengan tetap memperhatikan kualitas. Selain itu pihak Mahesa Institute juga

memberikan gambaran melalui akun *medsos* institut dengan beberapa slogan yang unik agar mahesa institut dikenal oleh dunia luar.

Dalam penelitian hasil wawancara dengan salah satu peserta didik yang memberi respons bahwa sistem manajemen yang di terapkan di Mahesa Institute memiliki pengelolaan lembaga dan standar pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara melakukan evaluasi berkala serta memberikan metode pembelajaran yang sesuai kemampuan peserta didik.

Dengan demikian peneliti dapat menyimpulkan, meningkatkan kepuasan dengan evaluasi pelanggan juga merupakan bentuk mempertahankan kualitas pelayanan dan juga sebagai monitoring untuk mengetahui kekurangan dalam suatu hal. Dengan adanya evaluasi juga menjadi di acuan suatu pihak atau kegiatan untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya. Selain itu juga dengan adanya evaluasi yang dilakukan oleh Mahesa Institute sangatlah bermanfaat bagi pihak terkait, baik Institut maupun pelanggan. Karena dengan adanya evaluasi maka baik dari segi pelayanan, kualitas dan metode yang akan disediakan oleh pihak Mahesa Institute akan sangat Menghasilkan serta meningkatkan kepuasan lebih dari pelanggan yang diharapkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Komitmen Mahesa Institute menjaga kualitas dengan slogan pasti bisa, dapat menghasilkan pelayanan yang bermutu sesuai dengan visi dan misi Mahesa Institute.

Meningkatkan kepuasan dengan evaluasi pelanggan juga merupakan bentuk mempertahankan kualitas pelayanan dan juga sebagai monitoring untuk mengetahui kekurangan dalam suatu hal. dengan adanya evaluasi juga menjadi di acuan suatu pihak atau kegiatan untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Selain itu juga Dengan adanya evaluasi yang dilakukan oleh Mahesa Institute sangatlah bermanfaat bagi pihak terkait, baik Institut maupun pelanggan. karena dengan adanya evaluasi maka baik dari segi pelayanan, kualitas dan metode yang akan disediakan oleh pihak Mahesa Institute akan sangat Menghasilkan serta meningkatkan kepuasan lebih dari pelanggan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. Manajemen Mutu Terpadu, Makassar: Nas Media Pustaka, 2020.
- Buchari, Alma. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Fitri, Dian dan Ismanto. "Sistem Manajemen Mutu ISO 9000 Dalam Peningkatan Mutu Produk Dan Pelayanan Serta Kepuasan Pelanggan Di Pasar Internasional". Jurnal Dimensi, Vol 7 No 3, November 2018: 423-424
- Lupiyoadi, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat. Edisi Pertama: Teori dan Praktik. 2001.
- Mujibchalil. Manajemen Mutu Terpadu Dan Implementasinya Dalam Pendidikan Islam Di Indonesia. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya: 2019.
- Samsirin. "Konsep Mutu dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pendidikan Islam. Jurnal At-Ta'dib, Vol 10 No 1, Juni 2015: 143
- Septi, Yoni. A. I. "Strategi Peningkatan Mutu Manajemen Melalui Pengembangan Program Sekolah". Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 23 No. 5, Maret 2012 : 446.
- Suwarno. dkk. "Pengaruh Total Quality Management (TQM) dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 9 No. 2, Juni 2020: 169
- Tjiptono, Fandy. Manajemen Jasa, Yogyakarta: Andi Offset, 2004.