

# IMPLEMENTASI *TOTAL QUALITY SERVICE* PADA PELAYANAN JASA PERGURUAN TINGGI

Endang Sulistiyani

*Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Semarang*

## Abstract

*In order to enter the era of global education services provided universities as the main product can not be separated from the service quality provided to internal and external customers. Total Quality Service is a paradigm for creating quality in service delivery by involving all elements of the organization. Implementation of the approach according to ISO 9000 and according to the Deming wheel in higher education management in Indonesia will consist of four major component, namely: labor market research, higher education process design, operational processes of higher education, and the delivery of competitive and qualified graduates into the labor market. In this case we need a permanent interaction between labor market research, higher education process design, operational processes of higher education, and is responsible competitive and produce quality graduates into the labor market.*

**Keywords:** *services, service quality, Total Quality Service, Competitive graduates*

## PENDAHULUAN

Perguruan Tinggi merupakan organisasi nirlaba yang mengedepankan *service*/pelayanan jasa sebagai produk utama. Konsumen yang mendapatkan layanan jasa adalah konsumen internal dan eksternal. Konsumen internal adalah seluruh karyawan baik staf pengajar, staf administrasi, dan karyawan pembantu staf administrasi. Konsumen eksternal yaitu mahasiswa sebagai konsumen utama, dan para stakeholder yang lain. Layanan yang diberikan pada mahasiswa meliputi mulai dari mahasiswa masuk sebagai mahasiswa sampai menghasilkan output /lulusan yang berkualitas sehingga memuaskan bagi industri pemakainya. Layanan di Perguruan tinggi, umumnya pertama yaitu layanan akademik dan administrasi. Layanan Akademik mencakup layanan yang diberikan staf pengajar di kelas atau laboratorium dalam Proses Belajar Mengajar (PBM) dengan berbagi ilmu, pengetahuan, ketrampilan, pengalaman dan wawasan sesuai materi dan metode pengajaran masing-masing dengan kesiapsediaan sarana belajar teori maupun praktek, Satuan Acara Pengajaran, Silabi, kontrak perkuliahan, absensi dan kontrol kegiatan. Kedua, layanan administrasi mencakup layanan yang diberikan staf administrasi dalam menunjang layanan akademik seperti administrasi pelayanan teknis, administrasi kemahasiswaan, administrasi PBM, layanan perpustakaan dan sebagainya. Seluruh

pelanggan/konsumen internal dan eksternal tentunya menginginkan pelayanan yang baik sesuai harapan. Penjual jasa dalam hal ini adalah karyawan perguruan tinggi tentunya harus melakukan pelayanan sesuai dan bahkan melebihi harapan para konsumen. Dalam hal ini kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang yang memerlukan komitmen dari manajer puncak/pimpinan Perguruan Tinggi sampai karyawan operasional/staf karyawan.

Pelayanan yang berkualitas dimulai dari seorang individu apapun posisinya, sehingga faktor sumber daya manusia merupakan tokoh sentral dalam penawaran produk pelayanan. Manfaat memberikan layanan konsumen yang luar biasa dan hebat adalah disamping para konsumen puas, mereka akan kembali ke bisnis kita. Mereka akan memberitahu teman-teman mereka dan teman-teman mereka akan merekomendasikan kepada orang lain. Hasilnya bisnis kita akan semakin besar dari mulut ke mulut. Ini adalah sebuah promosi gratis bagi bisnis kita, akhirnya semua karyawan dari manajemen puncak sampai ke bawah akan mendapatkan afirmasi positif karena telah melakukan pekerjaan dengan baik (Wood : 2009).

Dalam rangka menuju Perguruan Tinggi yang siap dan sedang *go Internasional* sebagai sentra penghasil sumber daya manusia berkualitas harus

melakukan penjualan produk berupa pelayanan jasa pendidikan baik layanan akademik dan administrasi yang berkualitas pula. Pertanyaannya adalah bagaimana perguruan tinggi dalam memberikan pelayanan jasa pendidikan yang berkualitas, memuaskan seluruh stakeholder, berkomitmen terus menerus mengurangi kesalahan, perbaikan di segala lini dan melibatkan semua unsure dari manajemen puncak sampai karyawan operasional.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengertian Kualitas

Goetsch dan Davis (1994) mendefinisikan kualitas sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut E. Edward Deming kualitas berarti suatu pemecahan masalah untuk mencapai penyempurnaan terus menerus seperti penerapan kaizen. Menurut Jack Welch kualitas adalah kesempatan untuk membedakan perusahaan kita dengan pesaing-pesaing kita. Peningkatan kualitas secara dramatis akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pegawai, pangsa pasar dan keuntungan serta akan meningkatkan reputasi kita. Dorongan ini memerlukan tanggung jawab penuh dari semua pihak agar dapat terlaksana.

### 2. Karakteristik Fungsional Kualitas

Dalam mendefinisikan jasa yang berkualitas, ada beberapa karakteristik tambahan yang patut diperhitungkan pula. Diantaranya, Garvin (dalam Lovelock, 1994; Peadar dan Rowland, 1995) mengidentifikasi delapan dimensi kualitas yaitu kinerja karakteristik operasi pokok dari produk inti; ciri-ciri atau keistimewaan tambahan; keandalan; kesesuaian dengan spesifikasi; daya tahan; *serviceability*; estetika; dan persepsi terhadap kualitas. Stamatis (1996) memodifikasi Garvin menjadi tujuh dimensi yang bisa diterapkan pada industri jasa:

1. Fungsi (*function*): kinerja primer yang dituntut dari suatu jasa
2. Karakteristik atau ciri tambahan (*features*): kinerja yang diharapkan atau karakteristik pelengkap.

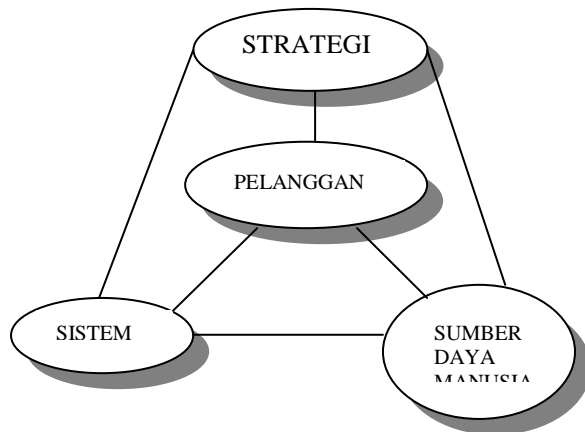
3. Kesesuaian (*conformance*): kepuasan yang didasarkan pada pemenuhan persyaratan yang telah ditetapkan
4. Keandalan (*reliability*): kepercayaan terhadap jasa dalam kaitannya dengan waktu
5. *Serviceability*: Kemampuan untuk melakukan perbaikan apabila terjadi kekeliruan
6. Estetika (*aesthetics*): pengalamana pelanggan yang berkaitan dengan perasaan dan panca indera
7. Persepsi: reputasi kualitas

Sementara itu Zeithaml dan Bitner (1996) mengidentifikasi lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan
5. *Empathy*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

### 3. Pelayanan Kualitas Total (*Total Quality Service*)

Pelayanan Kualitas Total dapat didefinisikan sebagai sistem manajemen strategis dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan, serta menggunakan metode-metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan (Stamatis dalam Tjiptono, 1997). Strategi ini dapat dirangkum sesuai dengan gambar :



**Gambar 1 Sistem TQS**

Keterangan:

Strategi: Pernyataan yang jelas dan dikomunikasikan dengan baik mengenai posisi dan sasaran organisasi dalam hal layanan pelanggan

Sistem: Program, prosedur dan sumberdaya organisasi yang dirancang untuk mendorong, menyampaikan, dan menilai jasa/layanan yang nyaman dan berkualitas bagi pelanggan

Sumberdaya manusia: Karyawan di semua posisi yang memiliki kapasitas dan hasrat untuk responsive terhadap kebutuhan pelanggan

Tujuan Keseluruhan: Mewujudkan kepuasan pelanggan, memberikan tanggung jawab kepada setiap tangam dan melakukan perbaikan berkesinambungan

Total Quality Service berfokus pada lima bidang:

1. Fokus pada Pelanggan (*Customer Focus*)  
Identifikasi pelanggan (internal, eksternal, dan atau perantara) merupakan prioritas utama. Langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi kebutuhan keinginan, dan harapan mereka

2. Keterlibatan total (*total involment*)  
Hal ini mengandung arti keterlibatan total. Managemen harus memberikan peluang perbaikan kualitas bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas kepemimpinan yang bisa memberikan inspirasi positif bagi organisasi yang dipimpinnya.

3. Pengukuran  
Dalam hal ini, kebutuhan pokoknya adalah menyusun ukuran-ukuran dasar, baik internal maupun eksternal bagi organisasi dan pelanggan. Unsur-unsur sistem pengukuran tersebut terdiri dari:

- a. Menyusun ukuran proses dan hasil

- b. Mengidentifikasi output dari proses-proses kerja kritis dan mengukur kesesuaiannya dengan tuntutan pelanggan
- c. Mengkoreksi penyimpangan dan meningkatkan kinerja

4. Dukungan sistematis  
Manajemen bertanggung jawab dalam mengelola proses kualitas dengan cara:

- a. Membangun infrastruktur kualitas yang dikaitkan dengan struktur manajemen internal
- b. Menghubungkan kualitas dengan sistem manajemen yang ada, seperti:
  - 1) Perencanaan strategik
  - 2) Manajemen kinerja
  - 3) Pengakuan, penghargaan, dan promosi karyawan
  - 4) Komunikasi

- 5. Perbaikan berkesinambungan  
Setiap orang bertanggungjawab untuk
  - a. Memandang semua pekerjaan sebagai satu proses
  - b. Mengantisipasi perubahan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan
  - c. Melakukan perbaikan inkremental
  - d. Mengurangi waktu siklus
  - e. Mendorong dan dengan hati menerima

#### 4. Faktor-faktor Yang Dapat Menyebabkan Kegagalan Kualitas Total

Apabila suatu organisasi menerapkan kualitas total dengan cara sebagaimana mereka melaksanakan inovasi manajemen lainnya, atau bahkan bila mereka menganggap kualitas total sebagai obat ajaib atau alat penyembuh yang cepat, maka usaha tersebut telah gagal semenjak awal. Kualitas total merupakan pendekatan baru dan menyeluruh yang membutuhkan perubahan total atas paradigma manajemen tradisional, komitmen jangka panjang, kesatuan tujuan, dan pelatihan-pelatihan khusus.

Selain dikarenakan usaha pelaksanaan yang setengah hati dan harapan-harapan yang tidak realistis, ada pula beberapa kesalahan secara umum dilakukan pada saat organisasi memulai inisiatif perbaikan kualitas. Beberapa kesalahan yang sering dilakukan antara lain: (Fandy Tjiptono, 2000)

- 1. Delegasi dan kepemimpinan yang tidak baik dari manajemen senior
- 2. Team mania
- 3. Proses penyebaran (deployment)
- 4. Menggunakan pendekatan yang terbatas dan dogmatis

5. Harapan yang terlalu berlebihan dan tidak realistis
6. *Empowerment* yang bersifat prematur

### 5. Fokus Pada Pelanggan

Dalam pandangan tradisional, pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produknya. Pelanggan tersebut merupakan orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses menghasilkan produk. Sedangkan pihak-pihak yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum tahap proses menghasilkan produk dipandang sebagai pemasok. Konsep pemasok dan pelanggan diinterpretasikan seperti gambar di bawah ini. Dalam perspektif tradisional ini pelanggan dan pemasok merupakan entitas eksternal.

Sedangkan dalam pendekatan kualitas total pelanggan dan pemasok 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 mentah/bahan baku, informasi, atau jasa kepada organisasi. Sedangkan di dalam organisasi juga ada pelanggan internal.

### 6. Kepuasan Pelanggan

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Dalam pendekatan manajemen kualitas total, kualitas ditentukan oleh pelanggan. Oleh karena itu hanya dengan memahami proses dan pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai makna kualitas. Semua usaha manajemen dalam kualitas total diarahkan pada satu tujuan utama, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan. Apa pun yang dilakukan manajemen tidak ada gunanya bila akhirnya tidak menghasilkan kepuasan pelanggan. Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya (Fandy Tjiptono, 2000)

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat

Ada berbagai macam pengertian yang diberikan oleh pakar mengenai kepuasan konsumen. Day (dalam Tse dan Wilton, 1988, 204) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

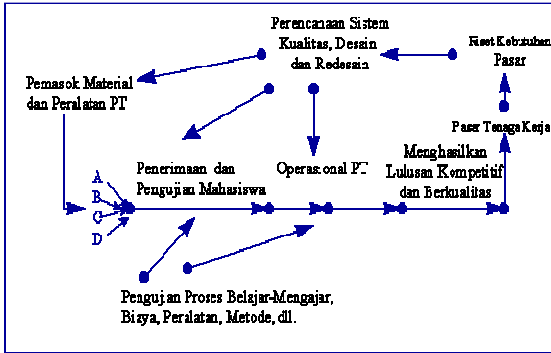
### 7. Pembentukan Fokus Pada Pelanggan

Karakteristik perusahaan-perusahaan yang sukses dalam membentuk fokus pada pelanggan adalah sebagai berikut Goetsch dan Davis (1994)

1. Visi, komitmen, dan suasana  
Manajemen menunjukkan baik dengan kata-kata maupun dalam tindakan bahwa pelanggan itu penting bagi organisasi, organisasi memiliki komitmen besar terhadap kepuasan pelanggan, dan kebutuhan pelanggan lebih diutamakan daripada kebutuhan internal organisasi. Salah satu cara untuk menunjukkan komitmen ini adalah menjadikan fokus pada pelanggan sebagai faktor utama dalam pertimbangan kenaikan pangkat (promosi) dan kompensasi.
2. Penjajaran dengan pelanggan
3. Kemauan untuk mengidentifikasi dan mengatasi permasalahan pelanggan
4. Memanfaatkan informasi dari pelanggan
5. Mendekati para pelanggan
6. Kemampuan, kesanggupan, dan pemberdayaan karyawan

### 8. Konsep Sistem Pendidikan Tinggi Modern

Menurut Garperz (2005) manajemen perguruan tinggi di Indonesia seyogianya memandang bahwa Proses Pendidikan Tinggi adalah suatu peningkatan terus-menerus (*continuous educational process improvement*), yang dimulai dari sederet siklus sejak adanya ide-ide untuk menghasilkan lulusan (*output*) yang berkualitas, pengembangan kurikulum, proses pembelajaran, dan ikut bertanggung jawab untuk memuaskan pengguna lulusan perguruan tinggi itu. Seterusnya, berdasarkan informasi sebagai umpan-balik yang dikumpulkan dari pengguna lulusan (*external customers*) itu dapat dikembangkan ide-ide kreatif untuk mendesain ulang kurikulum atau memperbaiki proses pendidikan tinggi yang ada saat ini. Konsep pemikiran manajemen sistem pendidikan tinggi ini dituangkan pada gambar 2.



**Gambar 2. Manajemen Sistem Pendidikan Tinggi Modern**

### 9. Aktivitas Perbaikan Berkesinambungan

Dalam perbaikan berkesinambungan diasumsikan bahwa sesuatu rusak apabila menyimpang dari target yang diinginkan oleh pelanggan. Sudah barang tentu perbaikan berkesinambungan menjadi lebih sulit karena semakin banyak perbaikan yang dilakukan. Peningkatan kinerja juga berasal dari perbaikan sistem/proses, tidak hanya merupakan peningkatan kemampuan sumber daya. Untuk meningkatkan sistem/proses, manajer harus mencari sumber penyebab masalah, karena seringkali manajer melakukan kekeliruan, yaitu lebih banyak menekankan aspek pemecahan masalah daripada mencari sumber penyebab masalah tersebut. Ada lima aktivitas pokok dalam perbaikan berkesinambungan, yaitu:

1. Komunikasi
2. Memperbaiki masalah yang nyata/jelas
3. Memandang ke hulu
4. Mendokumentasi kemajuan dan masalah
5. Memantau perubahan

### 10. Persyaratan Implementasi Pelayanan Kualitas Total

Implementasi konsep *Total Quality Service* dalam industri jasa seperti Perguruan Tinggi bukan hal yang mudah dilakukan, karena otomatis penerapannya akan terjadi berbagai pergeseran paradigma dalam struktur, tanggung jawab, prosedur, proses dan sumberdaya organisasi saat ini. Tantangan ini perlu dijawab oleh para anggota organisasi agar menghasilkan perbaikan yang berkesinambungan, layanan yang bernilai tambah, dan meningkatkan indeks kepuasan kualitas (*quality satisfaction index*) yang diukur dengan ukuran apapun.

Sikap menolak perubahan merupakan perilaku yang umum terjadi. Berkaitan dengan perubahan

tersebut, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Perubahan sulit berhasil bila manajemen puncak tidak menginformasikan proses perubahan secara terus menerus
2. Persepsi karyawan atau interpretasinya terhadap perubahan sangat mempengaruhi penolakan terhadap perubahan. Karyawan akan mendukung perubahan bila mereka merasakan bahwa manfaat dari perubahan akan lebih besar daripada biaya yang ditimbulkan (terutama *personal cost*).

Guna mengatasi dua hal di atas, maka seorang manajer diharapkan untuk memberikan sebanyak mungkin informasi mengenai setiap perubahan kepada para karyawannya, menyampaikan alasan atau dasar pemikiran perlunya dilakukan perubahan, melakukan pertemuan tertentu dengan karyawan untuk membahas setiap perubahan dan kemungkinan pengaruhnya terhadap mereka.

Ada beberapa persyaratan untuk melaksanakan manajemen kualitas total. Persyaratan tersebut meliputi komitmen dari manajemen puncak, adanya steering committee dari seluruh bagian organisasi, perencanaan dan publikasi, dan pembentukan infrastruktur yang mendukung penyebaran dan perbaikan berkesinambungan.

### 11. Implementasi TQS : Pendekatan ISO 9000

Standar ISO memberikan pedoman mengenai struktur dan elemen sistem kualitas yang lengkap, serta standarisasi kualitas di seluruh dunia. Tiga prinsip dasar berkaitan dengan ISO 9000 yang perlu dipersiapkan secara matang agar perusahaan dapat mencapai sasaran perbaikan berkesinambungan:

1. Menyusun tujuan dan sasaran penting. Manajemen harus mengidentifikasi alasan keterterikannya pada ISO.
2. Merumuskan tindakan melalui kebijakan, program dan prosedur untuk mencapai tujuan yang diharapkan.
3. Memahami sumber penolakan dan menetralsirkannya. Setiap perubahan umumnya tidak terlepas dari adanya resistensi/penolakan.

Secara garis besar, model implementasi ISO didasarkan pada fase-fase berikut:

1. **Fase Pertama:** Komitmen Manajemen
  - a. Meraih komitmen
  - b. Menyusun strategi
2. **Fase kedua:** membangun Struktur

- a. Menyusun organisasi
- b. Melatih para karyawan
- 3. **Fase ketiga:** Implementasi Prosedur dan Dokumentasi Sistem Kualitas
  - a. Mengidentifikasi semua prosedur, kebijakan dan praktik yang berkaitan dengan pemenuhan ISO 9000
  - b. Mempersiapkan dokumentasi, meliputi manual kualitas; prosedur operasi; instruktur kerja; serta formulir, catatan, buku dan file.
- 4. **Fase keempat:** berhubungan dengan Registrasi.
  - a. Penilaian awal
  - b. Kunjungan langsung (audit)
  - c. Registrasi atau tindakan korektif

#### 5. Tindak lanjut

Peralihan dari ISO ke TQS menuntut perluasan semua pedoman dasar kualitas dalam ISO dan inisiatif aktif dalam prinsip-prinsip:

- a. Pengukuran
- b. Kepuasan pelanggan melalui upaya mendengarkan secara aktif kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan
- c. Adaptasi terus menerus terhadap perubahan kondisi pasar,
- d. Berusaha menjadi yang terbaik,
- e. Sikap yang dipandu pasar (*market-driven attitude*).

## 12. Implementasi TQS: Pendekatan Deming

Deming merupakan bapak gerakan *Total Quality Management*. Pemikirannya banyak berpengaruh terhadap perusahaan-perusahaan manufaktur dan jasa diberbagai belahan dunia. Kontribusinya yang paling besar adalah Deming Cycle atau dikenal pula dengan siklus PDCA.

*Deming's Fourteen Points* merupakan rangkuman dari keseluruhan pandangan W. Edwards deming terhadap apa yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan dalam rangka melakukan transisi positif dari bisnis sebagaimana biasanya menjadi bisnis berkualitas tingkat dunia. *Deming's Fourteen Points* ini bisa berlaku secara universal, baik untuk organisasi kecil maupun besar; industri manufaktur maupun jasa. Point-point tersebut diantaranya:

#### 1. Ciptakan kegiatan tujuan demi perbaikan jasa.

Tujuan dan filosofi organisasi harus ditetapkan dengan memenuhi persyaratan:

Mencakup keyakinan dan nilai-nilai organisasi dalam jangka pendek dan jangka panjang,

- a) Mempermudah pengambilan keputusan jangka panjang

- b) Menyusun pernyataan misi dan filosofi operasional yang dapat dipahami dan dilaksanakan setiap orang dalam organisasi.

#### 2. Mengadopsi istilah baru

Hambatan-hambatan yang mungkin dijumpai dalam upaya merealisasikan point ini adalah:

- a) Masih terus mengutamakan aspek kuantitas, padahal sudah beralih ke filosofi kualitas
- b) Ketidakmampuan mendefinisikan kualitas secara tepat
- c) Kurang memperhatikan umpan balik dari pelanggan
- d) Terlampaui banyak kendala yang tidak teridentifikasi
- e) Kekhawatiran dan ketakutan manajemen madya akan perubahan
- f) Selalu menyalahkan pemasok atau kualitas yang rendah.

#### 3. Menghentikan ketergantungan pada inspeksi untuk mewujudkan kualitas.

Hambatan-hambatan yang bisa dijumpai dalam upaya mewujudkan point ketiga ini adalah:

- a. Mengabaikan kebutuhan akan ahli statistik
- b. Kurangnya komunikasi dengan pemasok
- c. Tetap bertahan menggunakan *acceptance sampling*

#### 4. Hentikan praktik menghargai bisnis semata-mata atas dasar harga; jadikanlah pemasok sebagai mitra kerja.

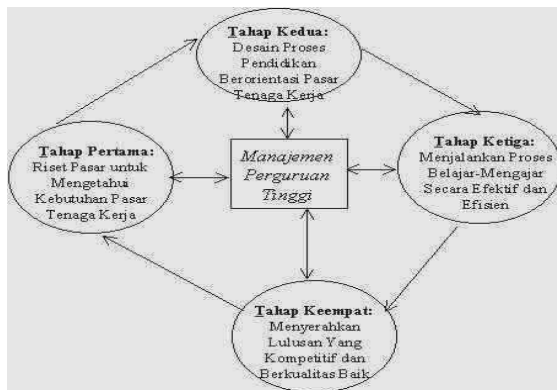
#### 5. Perbaiki secara konstan setiap proses perencanaan, produksi dan pelayanan.

#### 6. Lembagakan pelatihan dan pelatihan ulang di tempat kerja.

Pelatihan yang tepat adalah pelatihan yang bisa:

- a. Meningkatkan kesadaran dan penyempurnaan kualitas, karena:
  - 1) Setiap orang memahami pekerjaannya
  - 2) Setiap orang melakukan penyempurnaan secara terus menerus.
- b. Menghilangkan semua hambatan yang ada diantara para karyawan,
- c. Menanamkan atau menciptakan rasa bangga terhadap hasil kerja

Selanjutnya menurut Grapez (1997) dapat dikembangkan pula model manajemen operasional perguruan tinggi seperti pada gambar 3 berikut:



**Gambar 3. Roda Deming dalam Manajemen Pendidikan Tinggi Modern**

Pada gambar 3, menunjukkan bahwa penerapan roda Deming dalam manajemen pendidikan tinggi di Indonesia akan terdiri dari empat komponen utama, yaitu: riset pasar tenaga kerja, desain proses pendidikan tinggi, operasional proses pendidikan tinggi, dan penyerahan lulusan yang kompetitif dan berkualitas ke pasar tenaga kerja. Dalam hal ini diperlukan suatu interaksi tetap antara riset pasar tenaga kerja, desain proses pendidikan tinggi, operasional proses pendidikan tinggi, dan bertanggung jawab menghasilkan lulusan yang kompetitif dan berkualitas ke pasar tenaga kerja, agar perguruan tinggi di Indonesia mampu berkompetisi dalam persaingan global tahun 2003 dan seterusnya.

Berkaitan dengan hal ini, sudah saatnya perguruan tinggi di Indonesia melakukan reorientasi dan redefinisi tujuan dari pendidikan tinggi, bukan sekedar menghasilkan lulusan sebanyak-banyaknya tanpa peduli akan kepuasan pengguna lulusan itu, melainkan juga harus bertanggung jawab untuk menghasilkan output (lulusan) yang kompetitif dan berkualitas agar memuaskan kebutuhan pengguna tenaga kerja terampil berpendidikan tinggi.

Konsekuensi dari pemikiran ini adalah penerapan kualitas total pada perguruan tinggi di Indonesia harus dijalankan atas dasar pengertian dan tanggung jawab bersama untuk mengutamakan efisiensi pendidikan tinggi dan peningkatan kualitas dari proses pendidikan tinggi itu. Melalui penerapan roda Deming dalam sistem pendidikan tinggi yang dijalankan secara konsisten, maka perguruan tinggi di Indonesia akan mampu memenangkan persaingan global yang amat sangat kompetitif dan memperoleh manfaat (*ekonomis maupun nonekonomis*) yang dapat dipergunakan untuk pengembangan perguruan tinggi itu dan peningkatan kesejahteraan pegawai yang terlibat di perguruan tinggi itu.

## KESIMPULAN

Dalam rangka memasuki era global layanan jasa pendidikan yang diberikan Perguruan Tinggi sebagai produk utama tidak lepas dari service quality yang diberikan pada konsumen internal dan eksternal. Total Quality Service merupakan paradigma untuk menciptakan kualitas di bidang pelayanan dengan melibatkan seluruh unsur dalam organisasi. Implementasi menurut Total Quality Service pendekatan ISO 9000 berkaitan dengan Komitmen Manajemen, membangun Struktur, Implementasi Prosedur dan Dokumentasi Sistem Kualitas, berhubungan dengan Registrasi.

Sedangkan Implementasi roda Deming dalam manajemen pendidikan tinggi di Indonesia akan terdiri dari empat komponen utama, yaitu: riset pasar tenaga kerja, desain proses pendidikan tinggi, operasional proses pendidikan tinggi, dan penyerahan lulusan yang kompetitif dan berkualitas ke pasar tenaga kerja. Dalam hal ini diperlukan suatu interaksi tetap antara riset pasar tenaga kerja, desain proses pendidikan tinggi, operasional proses pendidikan tinggi, dan bertanggung jawab menghasilkan lulusan yang kompetitif dan berkualitas ke pasar tenaga kerja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas untuk Industri Jasa*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Goetsch, D.L. and S. Davis. 1994. *Introduction to Total Quality*. Englewood Cliffs, N.J.:Prentice Hall International, Inc.
- Lovelock, C. 1994. *Product Plus*. New York:McGraw-Hill,Inc
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wood, Ivonne. 2009. *Layanan Pelanggan*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Zeithmal, V.A. and M.J. Bitner. 1996. *Services Marketing*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.