

Konsep Mutu Penjaminan dan Mutu Pelayanan Pendidikan Islam

Mustika Adriana^{1*}

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara^{*1}

^{*1}email: mustikaadriana18@gmail.com

Abstract: *This journal aims to provide an explanation of the concept of quality assurance and service quality in the field of education. Educational institutions must be able to carry out quality mechanisms properly so that these institutions can provide quality as expected and always strive to improve the quality that has been achieved. Quality is determined by two factors, namely the fulfillment of predetermined specifications and the fulfillment of the expected specifications in accordance with the needs and needs of previous customers. Among them are quality in reality and quality in perception.*

Keywords: *Quality Concept, Quality Assurance, Service Quality*

Artikel Info

Received:

6 July 2021

Revised:

19 July 2021

Accepted:

17 August 2021

Published:

20 October 2021

Abstrak: Jurnal ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang konsep penjaminan mutu dan mutu pelayanan di bidang pendidikan. Lembaga pendidikan harus mampu menjalankan mekanisme mutu dengan baik agar lembaga tersebut dapat memberikan mutu seperti yang diharapkan dan selalu berupaya meningkatkan mutu yang telah dicapai. Kualitas ditentukan oleh dua faktor yaitu terpenuhinya spesifikasi yang telah ditentukan dan terpenuhinya spesifikasi yang diharapkan sesuai dengan kebutuhan dan kebutuhan pelanggan sebelumnya. Diantaranya adalah kualitas dalam kenyataan dan kualitas dalam persepsi.

Kata Kunci: *Konsep Mutu, Mutu Penjaminan, Mutu Pelayanan*

A. Pendahuluan

Dalam institusi pendidikan harus dapat melaksanakan mekanisme mutu dengan baik sehingga institusi tersebut dapat memberikan mutu yang sesuai dengan yang diharapkan dan selalu berupaya dalam meningkatkan mutu yang telah dicapai. Institusi atau sebuah lembaga harus menempatkan sudut pandang siswa sebagai pusat dari semua

proses perencanaan strategis yang dibuat. Sebab hal ini siswa merupakan alasan utama dalam berdirinya sebuah lembaga pendidikan dan reputasi lembaga pendidikan itu ada pada para siswa berdasarkan dari output keberhasilannya.

Lembaga pendidikan yang berorientasi pada mutu akan lebih berfokus pada siswa. Nilai utama yang harus diperhatikan adalah proses pencegahan dari suatu masalah yang ada. Lembaga harus memiliki strategi mutu dengan menginvestasikan sumber daya yang ada, dengan menyikapi komplain sebagai proses pembelajaran dan bukan menyikapi komplain sebagai suatu gangguan.

Menurut Kementerian Pendidikan Nasional yang dikutip oleh Mulyasa, pengertian mutu mencakup input, proses, dan output pendidikan. Input pendidikan merupakan sesuatu yang harus tersedia karena dibutuhkan demi berlangsungnya suatu proses. Proses pendidikan merupakan perubahan atau pelaksanaan sesuatu menjadi sesuatu yang lain dalam pendidikan. Kemudian output pendidikan merupakan hasil dari proses kinerja sekolah atau perilaku sekolah berupa prestasi sekolah (Setiawan, Manajemen Kegiatan Evaluasi Pembelajaran, 2021). Dengan demikian, mutu dalam dunia pendidikan dapat dinyatakan lebih mengutamakan pada keberhasilan siswa. Dengan kata lain, program perbaikan sekolah dilakukan lebih secara kreatif dan konstruktif.

Sebuah lembaga pendidikan harus dapat melakukan proses perbaikan mutu dengan melibatkan warga sekolah di institusi bukan hanya melibatkan tim manajemen dalam setiap masalah (Setiawan, Manajemen Peserta Didik (Upaya Peningkatan Kualitas Lulusan), 2021). Institusi harus menciptakan mutu dengan memiliki aturan dan tanggung jawab yang jelas serta memiliki strategi evaluasi yang jelas dan sistematis sehingga institusi dapat melihat mutu sebagai cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Sallis (2006) secara operasional bahwa mutu ditentukan dalam dua faktor, yaitu terpenuhi spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya dan terpenuhinya spesifikasi yang diharapkan menurut tuntutan dan kebutuhan pelanggan. Diantaranya yaitu *quality in fact* (mutu sesungguhnya) dan *quality in perception* (mutu persepsi).

Dalam *quality in fact*, para produsen akan menunjukkan bahwa mutu mempunyai sebuah sistem yang disebut sebagai sistem jaminan mutu (*quality assurance system*),

dalam hal ini roda produksi memungkinkan akan menghasilkan produk-produk secara konsisten sesuai dengan standart atau spesifikasi tertentu. Dengan begitu sebuah produk dapat dikatakan bermutu selama produk tersebut sesuai dengan tuntutan pembuatan secara konsisten Sallis (2006).

Dalam *quality in perception*, mutu merupakan sesuatu yang memuaskan atau melampaui keinginan pelanggan. Dalam hal ini para pelanggan yang akan menentukan atau menilai sebuah produk atau jasa tersebut bermutu atau tidak. Dengan demikian mutu dalam persepsi di ukur dari kepuasan pelanggan atau pengguna serta meningkatnya minat pelangan terhadap produk atau jasa. Bila kita lihat *quality in perception* dalam dunia pendidikan maka peningkatan mutu dari hasil belajar siswa itu dinilai dari kepuasan orang tua siswa itu sendiri.

B. Metode Penelitian

Jurnal ini merupakan jenis riset kepustakaan (*library research*) atau sering juga disebut studi pustaka, yaitu jenis penelitian yang dilakukan dengan serangkaian kegiatan dengan membaca dan mencatat serta mengolah bahan dari buku, majalah dan sumber data lainnya untuk menghimpun data dari berbagai literatur, baik perpustakaan maupun di tempat lainnya.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Konsep Kualitas

Menurut istilah, kata kualitas berarti mutu, yaitu tingkat baik buruknya sesuatu. Menurut beberapa pakar dan organisasi yang mendefinisikan kualitas (mutu) berdasarkan sudut pandangnya seperti yang terurai di bawah ini:

- a) Menurut Joseph Juran, kualitas adalah kesesuaian untuk penggunaan yang artinya bahwa suatu produk atau jasa setidaknya sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh pelanggan/pengguna.
- b) Menurut Edward Deming (2010) mutu merupakan suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keseragaman dan kebergantungan pada biaya rendah dan sesuai dengan pasar.

- c) Welch Jr mengatakan bahwa kualitas adalah jaminan kesetiaan pelanggan, pertahanan terbaik melawan saingan dari luar, dan hanya memiliki satu jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng.
- d) Menurut ISO 2000, kualitas adalah totalitas karakteristik suatu barang dan jasa yang memiliki kemampuan dalam memuaskan kebutuhan yang telah ditetapkan.
- e) Menurut Soewarso Hardjosudarmo, bahwa yang dimaksud kualitas adalah penilaian subyektif daripada “costumer” penentuan ini ditentukan oleh persepsi “costumer” terhadap produk dan jasa.

Dari beberapa pendapat tokoh di atas, terdapat beberapa kesamaan yaitu dalam elemen-elemen sebagai berikut:

- 1) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan/pengguna.
- 2) Kualitas menyangkut produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- 3) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap kualitas saat ini, mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Akan tetapi Menurut Permadi, mutu jasa pendidikan bersifat relatif (sesuai dengan kebutuhan pelanggan), dan bukan bersifat absolute. Dengan kata lain, mutu pendidikan akan baik dan memuaskan jika sesuai atau melebihi kebutuhan para pelanggan yang bersangkutan.

Menurut Pendapat Aan Komariah (2010) bahwa prinsip-prinsip mutu dalam pendidikan penerapannya sebagai berikut:

- 1) Penerapan khusus orientasi pada pelanggan.
- 2) Penerapan khusus Kepemimpinan.
- 3) Penerapan khusus keterlibatan orang-orang.
- 4) Penerapan khusus pendekatan proses.
- 5) Penerapan khusus menggunakan pendekatan sistem pada manajemen.
- 6) Penerapan khusus perbaikan secara berkelanjutan.
- 7) Penerapan khusus pendekatan aktual dalam pembuatan keputusan.

8) Penerapan khusus hubungan yang saling menguntungkan dengan supplier.

Mutu manajemen pendidikan dapat dilihat berdasarkan dari setiap level proses mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi pendidikan menjadi suatu kesatuan utuh dan dilakukan dengan sebaik mungkin secara berkelanjutan, mulai dari awal sudah dilakukan dengan benar, menghindari kesalahan, dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.

Berdasarkan beberapa definisi mutu yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa mutu/kualitas hampir semua definisi selalu berfokus kepada pelanggan (customer focus quality) sehingga produk didesain, diproduksi, serta pelayanan diberikan untuk memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan.

Permasalahan yang sering ditemukan dalam hal ini bahwa setiap orang memiliki standar mutu yang berbeda-beda dengan orang lain. Bahkan seseorang mungkin akan menerapkan standar mutu yang berbeda pada saat yang lain. Hal ini dikarenakan untuk menetapkan kualitas suatu produk atau jasa pada umumnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang subjektif seperti pengalaman, keperluan, harapan, rasa, dan lain sebagainya.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa mutu/kualitas produksi dan pelayanan bukan tidak ada standarnya tetapi dapat diukur sesuai dengan spesifikasi dan kriteria yang dibutuhkan. Oleh karena itu dalam produksi atau pelayanan perhatian tidak hanya sebatas perbaikan mutu (quality improvement), tetapi juga penting dalam mengusahakan adanya mekanisme yang tepat untuk menjamin mutu (Quality assurance) dan juga mengendalikan mutu (quality control).

2. Mutu Penjaminan

Penjaminan mutu (Quality Assurance) adalah proses penetapan dan pemenuhan standar mutu pengelolaan secara konsisten dan berkelanjutan, sehingga stakeholders memperoleh kepuasan. Menurut Hansen (2005) Mutu atau kualitas penjaminan merupakan semua rencana tindakan sistematis yang menyediakan kepercayaan yang dimanfaatkan untuk memuaskan kebutuhan tertentu sesuai kualitas. Kebutuhan tersebut merupakan refleksi dari kebutuhan pelanggan. Penjaminan kualitas ini juga

membutuhkan evaluasi secara berkelanjutan dan digunakan sebagai alat dalam manajemen .

Menurut Gryna (Pike dan Barnes, 1996), penjaminan kualitas merupakan kegiatan untuk memberikan bukti-bukti untuk membangun kepercayaan bahwa kualitas dapat berfungsi secara efektif.

Quality assurance atau jaminan mutu pelayanan (Pohan:2007:8) adalah kegiatan pengukuran derajat kesempurnaan layanan yang di bandingkan dengan standar layanan tertentu, kemudian adanya tindakan perbaikan yang sistematis serta berkelanjutan untuk mencapai mutu pelayanan yang optimal.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan mutu penjaminan merupakan proses penetapan dan pemenuhan standar mutu pengelolaan secara konsisten dan berkelanjutan secara sistematis sehingga pelanggan, produsen, dan pihak lain yang berkepentingan memperoleh kepuasan dengan kualitas produk yang ditawarkan atau yang diberikan.

Program Mutu Penjaminan berdasarkan pada prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. Melibatkan setiap orang yang ada di organisasi dalam penentuan, pengertian dan peningkatan proses yang berkelanjutan sesuai dengan tugas dalam mengontrol dan bertanggung jawab pada setiap mutu yang dihasilkan oleh setiap orang.
- b. Setiap orang harus sepakat untuk memuaskan masing-masing pelanggan baik pelanggan eksternal maupun pelanggan internal.
- c. Peningkatan mutu dilakukan dengan menggunakan data untuk pengambilan keputusan, penggunaan alat-alat statistik dan melibatkan setiap orang yang terkait.
- d. Adanya pengertian dan penerimaan terhadap suatu perbedaan yang dialami.
- e. Pembentukan kerjasama dalam kelompok.
- f. Perlu adanya komitmen mengenai pengembangan karyawan dengan keterlibatan dalam pengambilan keputusan.
- g. Partisipasi setiap orang dalam dorongan yang positif dan harus dilaksanakan.

- h. Program pendidikan dan pelatihan dianggap sebagai suatu investment/modal dalam rangka pengembangan kemampuan dan pengetahuan karyawan untuk mencapai potensi yang diharapkan.
- i. Suppliers dan customer diintegrasikan dalam proses peningkatan mutu.

Tujuan dari penjaminan mutu memiliki manfaat untuk pihak internal maupun eksternal organisasi atau lembaga. Menurut Yorke (Saputra H. 2009), tujuan mutu/kualitas penjaminan (*Assurance*) sebagai berikut:

- a. Membantu perbaikan dan peningkatan dengan mengadakan inovasi berkesinambung melalui praktek yang terbaik dilakukan secara terus-menerus.
- b. Memudahkan mendapatkan bantuan, baik pinjaman uang atau fasilitas atau bantuan lain dari lembaga yang kuat pelanggan dapat dipercaya.
- c. Menyediakan informasi pada masyarakat sesuai sasaran dan waktu secara konsisten, dan kemungkinan dapat membandingkan standar yang telah dicapai dengan standar yang lain.
- d. Menjamin tidak akan adanya hal-hal yang tidak dikehendaki.

Selain itu, tujuan dari diadakannya penjaminan kualitas (*quality assurance*) ini adalah agar dapat memuaskan berbagai pihak yang terkait di dalamnya, sehingga dapat berhasil mencapai tujuan atau sasaran masing-masing.

Penjaminan kualitas merupakan bagian yang menyatu dalam membentuk kualitas produk dan jasa suatu organisasi atau perusahaan. Mekanisme penjaminan kualitas yang digunakan juga harus dapat menghentikan perubahan bila dinilai perubahan tersebut menuju ke arah penurunan atau kemunduran. Sistem Penjaminan Mutu (*Quality Assurance System*), yaitu;

- a. Sistem Penjaminan Mutu (SPM) merupakan proses penetapan dan pemenuhan standar mutu pengelolaan secara konsisten dan berkelanjutan sehingga sebuah organisasi memenuhi idealismenya dan stakeholders memperoleh kepuasan sesuai dengan keinginan;
- b. Sistem Penjaminan Mutu (SPM) merupakan langkah yang terencana dan sistematis yang dilakukan untuk memenuhi harapan pelanggan akan layanan dan produk/jasa yang diberikan atau yang disediakan;

- c. Sistem Penjaminan Mutu (SPM) merupakan tata kelola yang baik, akuntabel dan peningkatan mutu.
- d. Sistem Penjaminan Mutu (SPM) dapat menetapkan serta memiliki standar, melaksanakan standar, mengevaluasi pelaksanaan standar dan meningkatkan standar secara berkelanjutan (*Continuous Quality Improvement*).

3. Mutu Pelayanan

Lembaga pendidikan merupakan institusi dalam pemberi layanan. Layanan-layanan ini meliputi pemberian beasiswa, penilaian dan bimbingan bagi siswa, orangtua, dan para sponsor sekolah. Para pelanggan terdiri dari berbagai golongan dan perlu diidentifikasi. Jika tujuan mutu adalah memenuhi kebutuhan-kebutuhan pelanggan, maka hal penting yang perlu diperjelas adalah kebutuhan dan keinginan siapa yang harus dipenuhi.

Menurut Sallis (2006) bagi beberapa pendidik, istilah 'pelanggan' jelas sekali memiliki nada komersial yang tidak dapat diaplikasikan dalam pendidikan. Mereka lebih suka menggunakan istilah klien. Klien, dengan konotasi layanan profesional yang menyertainya dianggap sebagai istilah yang jauh lebih tepat dibanding pelanggan. Sedangkan menurut pendapat yang lainnya ada yang menolak bahasa seperti itu dan menurut mereka akan lebih tepat jika menggunakan istilah pelajar, siswa atau murid.

Menurut Sallis (2006) menggunakan kata pelanggan bahwa "pelanggan utama" yaitu pelajar yang secara langsung menerima layanan, "pelanggan kedua" yaitu orangtua, gubernur atau sponsor pelajar yang memiliki kepentingan langsung secara individu mau- pun institusi atau lembaga, dan "pelanggan ketiga" yaitu pihak yang memiliki peran penting secara tidak langsung diantaranya pemerintah dan masyarakat secara keseluruhan.

Keragaman pelanggan membuat seluruh institusi pendidikan harus lebih memfokuskan perhatian pada keinginan para pelanggan dan mengembangkan mekanisme untuk merespon pelanggan. Hal penting untuk didefinisikan secara jelas adalah sifat layanan yang diberikan oleh institusi kepada pelanggannya. Hal ini sama pentingnya dengan menciptakan dialog yang baik dan terus-menerus dengan mereka. Bentuk pemasaran yang paling baik dalam pendidikan adalah pemasaran yang dipilih

oleh para pelajar untuk kepentingan mereka masing-masing. Satu hal yang perlu diingat adalah kesuksesan pelajar adalah kesuksesan lembaga pendidikannya.

Ketika fokus utama dari sekolah, perguruan tinggi atau universitas adalah pelanggan eksternalnya yaitu pelajar, orangtua, dan lainnya penting untuk diingat bahwa setiap orang yang bekerja dalam masing-masing institusi tersebut ikut serta dalam memberikan layanan bagi para kolega pelanggan yaitu pelanggan internal (Sallis, 2006). Dalam manajemen mutu terpadu, para staf tersebut dikenal dengan istilah pelanggan internal. Hubungan internal yang kurang baik akan menghalangi perkembangan institusi, dan akhirnya akan membuat pelanggan eksternal menderita. Salah satu tujuan manajemen mutu terpadu adalah untuk merubah institusi yang mengoperasikannya menjadi sebuah tim yang ikhlas, tanpa konflik dan kompetisi internal, untuk meraih sebuah tujuan tunggal, yaitu memuaskan pelanggan. Menurut pendapat Lele (1991) ada empat faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Produk/Jasa, meliputi; rancangan, umpan balik, insentif, sumber daya, dan pembuatan.
- 2) Budaya, meliputi; lambang formal, sistem informal.
- 3) Kegiatan penjualan, meliputi; pesan, sikap, dan penyaluran.
- 4) Pasca penjualan, meliputi; pelayanan pendukung, umpan balik dan restitusi.

Sedangkan Barnes (2001) mengemukakan faktor yang turut menentukan kepuasan pelanggan adalah;

- 1) Pelayanan dengan nilai tambah
- 2) Tampilan dari produk atau layanan
- 3) Aspek bisnis
- 4) Kejutan-kejutan yang dapat memberikan ransangan emosional (suka/tidak), untuk melakukan penilaian *intangible* pada saat layanan diberikan.

Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah interaksi antara produsen dan konsumen (perusahaan dengan pelanggan) yang memiliki mutu ransangan terhadap perasaan nyaman yang dirasakan oleh pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat diidentifikasi dalam lima level, yang didalamnya melibatkan banyak kontak, baik

internal karyawan maupun dengan pelanggan. Kelima level tersebut adalah (Barnes, 2001):

- a. Produk atau jasa inti, meliputi:
 - 1) Esensi dari penawaran yang dapat mewakili produk atau layanan inti yang disediakan oleh perusahaan.
 - 2) Penetapan produk/jasa inti ini merupakan hal yang mendasar untuk ditawarkan kepada pelanggan, sekaligus menjadi hal yang paling sulit bagi perusahaan untuk membuatnya berbeda.
 - 3) Untuk pasar yang bersaing, perusahaan mau tidak mau harus dapat menetapkan produk intinya secara tepat, karena bila tidak ditetapkan, maka hubungan dengan pelanggan tidak akan pernah dapat dimulai
- b. Sistem dan pelayanan pendukung, meliputi:
 - 1) Layanan pendukung yang dapat dipandang dapat mendukung peningkatan kelengkapan layanan atau produk inti.
 - 2) Perangkat yang menjadi pendukung pada level ini, misalnya; system pembayaran dan penghantaran, kemudahan memperoleh produk dan layanannya, jam layanan, level karyawan, pendukung teknis, dan peraian, system komunikasi dan informasi.
- c. Performa teknis, meliputi;
 - 1) Apakah perusahaan sudah menetapkan produk inti maupun layanan pendukungnya itu suda dilakukan secara tepat dan benar.
 - 2) Fokus yang harus dipertimbangkan pada level ini adalah perusahaan dapat menampilkan produk/layanan sesuai dengan apa yang dijanjika kepada pelanggan.
- d. Elemen interaksi dengan pelanggan, :
 - 1) Mengacu pada prinsip interaksi penyediaan jasa dengan pelanggan baik melalui tatap muka, atau melalui kontak yang berbasis teknologi.
 - 2) Perusahaan harus dapat menyediakan system paralel atau system yang alternative yang memungkinkan pelanggan dapat berhubungan dengan pelanggan secara lebih pribadi

e. Elemen emosional - dimensi afektif pelayanan, meliputi:

- 1) Manajer perusahaan penyedia produk atau layanan harus dapat mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan yang dapat memberikan pesan halus kepada pelanggan sehingga dapat menumbuhkan perasaan positif dalam diri pelanggan terhadap produk atau layanan perusahaan.
- 2) Sejumlah riset membuktikan bahwa ketidakpuasan pelanggan tidak berhubungan dengan kualitas produk/jasa inti, tetapi lebih karena aspek interaksi pelanggan dengan penyedia layanan serta para pekerja-pekerjanya.

Tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung pada mutu produk dan layanan, sedangkan aspek mutu produk atau layanan itu dapat diukur. Supranto (2001) mengemukakan bahwa bagi para manajer perusahaan, pengukuran aspek mutu memiliki nilai strategis, yaitu:

- 1) Untuk mendeteksi dan mengetahui dengan baik tentang jalannya proses bisnis.
- 2) Mengetahui secara tepat, dimana harus melakukan perubahan dan perbaikan secara kontinyu dalam memuaskan pelanggan.
- 3) Menentukan perubahan yang dilakukan mengarah pada perbaikan.

D. Kesimpulan

Mutu ditentukan dalam dua faktor, yaitu terpenuhi spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya dan terpenuhinya spesifikasi yang diharapkan menurut tuntutan dan kebutuhan pelanggan. Diantaranya yaitu *quality in fact* (mutu sesungguhnya) dan *quality in perception* (mutu persepsi).

Dalam *quality in fact*, para produsen akan menunjukkan bahwa mutu mempunyai sebuah sistem yang disebut sebagai sistem jaminan mutu (*quality assurance system*), dalam hal ini roda produksi memungkinkan akan menghasilkan produk-produk secara konsisten sesuai dengan standart atau spesifikasi tertentu. Dalam *quality in perception*, mutu merupakan sesuatu yang memuaskan atau melampaui keinginan pelanggan. Dalam hal ini para pelanggan yang akan menentukan atau menilai sebuah produk atau jasa tersebut bermutu atau tidak. Dengan demikian mutu dalam persepsi di ukur dari kepuasan pelanggan atau pengguna serta meningkatnya minat pelanggan terhadap produk

atau jasa. Dalam dunia pendidikan quality in perception dapat melihat peningkatan mutu dari hasil belajar siswa itu dinilai dari kepuasan orang tua siswa itu sendiri.

E. Daftar Pustaka

Aan Komariah dkk. (2010). Manajemen Pendidikan. Bandung: Alfabeta.

Departemen Pendidikan Nasional. (2002) Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Engkoswara, Aan Komariah. (2010). Administrasi Pendidikan. Bandung; Alfabeta.

Hanafiah, & Cucu Suhana. (2012). Konsep Strategi Pembelajaran. Bandung; PT. Refika Aditama.

Hansen, K. E., and Elliot, M. E., (2005). *Osteoarthritis, Pharmacotherapy, A Pathophysiological Approach*. New New York:Mc Graw Hill.,

Harfiani, R., Mavianti, & Setiawan, H. R. (2021). Model Manajemen Pembelajaran pada Masa Pandemi. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (p. 487). Medan: UMSU Press.

Nanang Hanafiah Dan Cucu Suhana. (2009). Konsep Strategi Pembelajaran. Bandung: Rafika Aditama.

Pike dan Barnes. (1996). *TQM In Action*, London: Champman dan Hall.

Pohan.I. S., (2007). *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan Dasar-Dasar Pengertian dan Penerapan*, Jakarta: EGC.

Sallis, Edward. (2006). Total Quality Management in Education. Yogyakarta:IRCiSoD.

Saputra, H. (2009). *Perbedaan tingkat kepuasan pasien pengguna Askes dan non Askes terhadap pelayanan keperawatan di bangsal inap BPRSUD Dr Setijono Kota Blora*. Semarang: Universitas Muhammadiyah Semarang.

Setiawan, H. R. (2021). Manajemen Kegiatan Evaluasi Pembelajaran. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (p. 507). Medan: UMSU Press.

Setiawan, H. R. (2021). *Manajemen Peserta Didik (Upaya Peningkatan Kualitas Lulusan)*. Medan: UMSU Press.

Uhar Suharsaputra. (2010). *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama.

Usman, Husaini. (2009). *Manajemen: Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Zahroh, Aminatul. (2014). *Total Quality Management; Teori & Praktek Manajemen Dalam Mendongkrak Mutu Pendidikan*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.