

## PARADIGMA LAYANAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM PROFESIONALITAS BIMBINGAN DAN KONSELING

*Rosita Endang Kusmaryani  
Jurusan Psikologi Pendidikan dan Bimbingan  
Fakultas Ilmu Pendidikan  
Universitas Negeri Yogyakarta*

**Abstract.** *The change and growth of society strive for the adjustment of Guidance and Counseling professionals toward the appropriate demands, expectations and needs of society. The improvement efforts of this profession have been done to pursue public trust. This close relationship with services efforts profession seemingly has its unique characteristics. Given help services constitute an essential professional obligatory for Guidance and Counseling professionals. In giving services, the profession ought to consider its counselee satisfaction as its customer. The customers encompass as internal customers (college students or teachers of Guidance and Counseling) and external customers (schools' students, students' parents and wide range of society). This dichotomy because of the customers would determine in enhancing profession toward the better directions. Customers' satisfactory service concepts constitute a part of profession improvement besides of improvement in counseling profession standardization, ethic and its convinced direction. This concept is expected could complete counselors' performance in giving services, moreover they will be able to be superiority mark compared with other professions. The concept of customers' satisfaction needs to be started from educational institution. In implementing this management concept, educational institution needs to notice some points needed by internal and external customers dealt with giving Guidance and Counseling services. Institutions are expected to be able to know and understand customers' needs. In addition, profession organization roles are important in contribution toward defending and improving professional members' satisfaction including in it.*

**Keywords** : *profession, public trust, customer satisfaction*

## PENDAHULUAN

Bimbingan dan Konseling sebagai profesi dalam kenyataannya berkembang luas di Amerika, lebih dari kondisinya di Indonesia. Bimbingan dan Konseling di Indonesia diperkenalkan pertama kali dalam dunia pendidikan, khususnya sekolah. Dewasa ini Bimbingan dan Konseling terus bergerak untuk mengembangkan diri menuju profesionalitas. Hal ini dipicu oleh adanya fenomena kehidupan global yang sudah tidak dapat ditawar lagi. Dampak dari tantangan yang muncul adalah keharusan bagi siapa saja untuk berbenah diri dan melakukan upaya-upaya hidup yang lebih profesional, termasuk gerakan pengembangan Bimbingan dan Konseling.

Bimbingan dan Konseling diharapkan lebih profesional, terutama dalam tugasnya memberikan layanan bantuan. Layanan bantuan yang diberikan tidak hanya semata-mata tugas kewajiban profesi yang melekat pada status sebagai petugas Bimbingan dan Konseling. Layanan bantuan tersebut hendaknya juga memfokuskan pada kepuasan pihak yang menerima layanan, dalam hal ini adalah konseli. Manajemen layanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan merupakan salah satu konsep manajemen yang diharapkan mampu mengembangkan tugas Bimbingan dan Konseling dalam memberikan layanan bantuan.

## TANTANGAN PROFESI BIMBINGAN DAN KONSELING

Kehidupan manusia abad 21 yang ditandai dengan kehidupan global sudah ada di depan mata. Era global yang dimotori oleh tiga mesin globalisasi yaitu kemajuan teknologi, khususnya teknologi informasi, pasar modal dan kemajuan bidang manajemen telah membuat dunia menjadi transparan (Suwarjo, 2003). Kondisi globalisasi itu memberikan gambaran dunia seakan-akan tanpa batas. Kemajuan teknologi informasi memberikan dampak pada semakin derasnya arus informasi yang dapat diterima.

Selain itu, kemajuan teknologi informasi membawa manusia kepada suatu kenyataan bahwa untuk mampu bertahan dalam era persaingan yang semakin ketat manusia harus selalu memperbaiki diri dan mengembangkan diri. Perbaikan dan pengembangan diri tersebut perlu dilakukan secara terus menerus melalui proses belajar. Menurut Tim ABKIN (2005), proses belajar menjadi proses sepanjang hayat (*lifelong learning*) dan menyangkut seluruh aspek kehidupan

sejagat hayat (*lifewide learning*). Belajar sepanjang hayat dan sejagat hayat adalah proses dan aktivitas yang terjadi dan melekat dalam kehidupan manusia sehari-hari, karena dia selalu dihadapkan kepada lingkungan yang selalu berubah yang menuntut dia harus selalu menyesuaikan diri, memperbaiki, mengubah dan meningkatkan mutu perilaku untuk dapat memfungsikan diri secara efektif di dalam lingkungan. Untuk itu, agar mampu bertahan dalam kancah persaingan lingkungan dibutuhkan sumber daya manusia yang unggul.

Profesi Bimbingan dan Konseling sebagai salah satu profesi yang berperan dalam pembinaan dan pengembangan sumber daya manusia memegang peranan penting. Bimbingan dan Konseling memegang tugas dan tanggung jawab untuk mengembangkan lingkungan perkembangan, membangun interaksi dinamis antara individu dan lingkungannya, membelajarkan individu untuk mengembangkan, memperbaiki dan memperhalus perilaku (Tim ABKIN, 2005). Dalam perspektif Bimbingan dan Konseling, kunci dasar untuk mencapai tujuan ini adalah perspektif baru tentang bimbingan dan konseling yang berorientasi pada kemudahan individu dalam 1) mengakses informasi bermutu tentang kesempatan belajar, 2) memberikan bantuan pribadi untuk mengintegrasikan hidup, belajar dan bekerja, dan 3) menumbuhkembangkan individu sebagai pribadi, profesional dan warga masyarakat yang *self motivated* (Tim ABKIN, 2005).

Meskipun demikian, tugas membelajarkan manusia ini pun tidak akan berhasil apabila profesi Bimbingan dan Konseling sendiri tidak mampu membelajarkan diri untuk melakukan pengembangan profesi. Profesi Bimbingan dan Konseling diharapkan mampu bertahan dalam kancah persaingan lingkungan juga perlu melakukan proses belajar yang terus menerus. Profesi Bimbingan dan Konseling tidak cukup hanya berperan sebagai "pendidik psikhis" dan melakukan layanan bimbingan dan konseling. Profesi Bimbingan dan Konseling justru perlu mengembangkan layanan dengan perbaikan manajemen diri.

## PEMBAHASAN

### KONSEP MANAJEMEN LAYANAN

#### 1. Arti Penting Pelayanan

Istilah pelayanan sering diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen (pelanggan) dengan orang-orang atau hal-hal yg disediakan oleh pihak pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan masalah konsumen. Dewasa ini, hampir semua segmen tidak terlepas dari unsur layanan, baik itu dari segmen yang berorientasi bisnis maupun non bisnis. Unsur layanan bukan lagi sekedar menjadi unsur pelengkap, akan tetapi sudah menjadi kebutuhan utama bagi semua kalangan. Pelayanan tidak lagi menjadi milik atau kewajiban bagi para “*helper*”. Pelayanan perlu dilakukan oleh semua individu, baik secara personal maupun kelompok.

Pelayanan muncul sebagai akibat dari adanya kebutuhan manusia yang menuntut untuk dipenuhi. Kebutuhan tersebut selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu sesuai dengan tuntutan lingkungan, Saat ini tampak mulai ada pergeseran kebutuhan akan pentingnya kualitas, apalagi tingkat persaingan semakin ketat. Persaingan yang terjadi menyebabkan hampir semua pihak yang terlibat berlomba-lomba dapat memberikan kualitas yang terbaik. Pihak-pihak yang sangat mempedulikan arti penting kualitas dan layanan akan menjadi pemenang, sementara yang tidak mempedulikan hal ini akan betul-betul tergilas dan tidak mampu bertahan. Dalam hal ini, kualitas dan layanan menjadikan sesuatu menjadi lebih kompetitif.

Istilah kualitas itu sendiri mengandung banyak pengertian dan makna yang berbeda-beda. Menurut Fandy Tjiptono (1997), beberapa contoh definisi yang kerap kali dijumpai antara lain : 1) Kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan; 2) Kecocokan untuk pemakaian; 3) Perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan; 4) Bebas dari kerusakan/cacat; 5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat; dan 6) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Pengertian-pengertian di atas pada prinsipnya mengacu pada sesuatu aktivitas dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk orang atau pihak lain. Pertanyaan yang sering muncul adalah

mengenai unsur-unsur apa saja yang terdapat dalam sistem kualitas secara fundamental. Dalam menjawab pertanyaan tersebut, perlu adanya eksplorasi dan pemahaman terhadap unsur manusia sebagai pelanggannya. Hal ini karena kualitas berawal dari setiap individu (Fandy Tjiptono, 1997). Untuk itu, unsur-unsur kualitas akan berbeda-beda bagi setiap individu. Pelayanan yang dilakukan hendaknya mengacu pada unsur-unsur kualitas tersebut.

Meskipun sebenarnya pelayanan merupakan hal yang pertama dan utama yang harus dilakukan oleh semua pihak baik individu atau pun kelompok, namun dalam kenyataannya masih banyak yang belum menyadari akan arti penting sebuah pelayanan yang sesungguhnya. Memberikan pelayanan dipandang sebagai sesuatu yang sulit dan tidak menyenangkan. Memberikan pelayanan bahkan memberikan kesan seakan-akan merendahkan martabat kita di hadapan orang lain. Menurut DeVrye (1997), memberi pelayanan bukan sekedar bersikap patuh. “Menjadi berguna” adalah sasaran yang dapat dengan mudah diterima oleh semua orang dalam memberikan sebuah pelayanan. Istilah “menjadi berguna” tampaknya dapat membantu pemahaman suatu pelayanan yang mestinya dilakukan.

## **2. Budaya Kualitas dalam Pelayanan**

Dalam menanamkan sikap dan perilaku melayani perlu adanya budaya dengan menggunakan prinsip-prinsip kualitas atau disebut dengan budaya kualitas. Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentukandan perbaikan kualitas secara terus-menerus (Fandy Tjiptono, 1997). Budaya kualitas ini tentu saja tidak dengan serta merta terbentuk dengan mudah dalam waktu yang sangat singkat, akan tetapi perlu proses dalam membangunnya. Apalagi jika budaya sekitar sebelumnya bertentangan atau sama sekali tidak menyentuh aspek kualitas.

Dalam merealisasikan budaya kualitas dalam kehidupan individu tentu saja membutuhkan perubahan-perubahan. Kondisi yang sering menjadi masalah adalah kecenderungan kebanyakan orang sulit berubah atau berada dalam *status quo*. Perubahan yang terjadi sering memunculkan kekhawatiran-kekhawatiran yang nantinya akan memberikan dampak yang kurang menguntungkan. Untuk itu, orang cenderung menolak perubahan, apalagi merubah sesuatu yang

menurut mereka telah memberikan kenyamanan. Untuk itu, dibutuhkan komitmen yang kuat untuk dapat menjamin keberhasilan pelayanan.

Perubahan yang mutlak dilakukan adalah perubahan paradigma. Secara sederhana, paradigma itu sendiri diartikan sebagai cara orang berpikir dan bertindak. Paradigma ini akan menuntun seseorang untuk bersikap dan berperilaku sesuai dengan cara-cara yang terkonsep dalam kognisinya. Berkaitan dengan hal ini, pelayanan kualitas yang dilakukan didasari oleh paradigma kualitas. Berdasarkan paradigma kualitas ini diharapkan mampu mendukung dan memudahkan terjadinya perubahan budaya kualitas.

### **3. Strategi Keberhasilan Pelayanan**

Pentingnya pelayanan dalam berbagai aktivitas atau profesi membutuhkan beberapa strategi supaya konsep pelayanan tersebut dapat berjalan baik. Keberhasilan pelayanan merupakan kunci bagi keberhasilan diri. Menurut DeVrye (1997), ada beberapa strategi yang dapat menjadi model pelayanan, yaitu:

a. Memberi Nilai pada Diri Sendiri

Suatu pelayanan dilakukan berawal dari penilaian terhadap diri. Harga diri merupakan unsur yang paling mendasar dalam keberhasilan pelayanan. Apabila seseorang mampu melakukan sesuatu dengan menempatkan diri dengan nyaman dengan siapa mereka bekerja, maka orang tersebut mampu melakukan pelayanan dengan baik. Suatu paradigma yang seringkali menjadikan harga diri ditempatkan pada posisi yang tidak menguntungkan adalah adanya pendapat bahwa dengan memberi pelayanan berarti merendahkan martabat diri. Paradigma ini perlu diluruskan dengan merubahnya bahwa pelayanan bukan suatu kepatuhan. Pelayanan adalah memberikan nilai pada diri menjadi berguna.

b. Melampaui yang Diharapkan

Harapan orang lain pengguna layanan (yang selanjutnya disebut pelanggan) merupakan kunci dalam memberikan bentuk-bentuk layanan. Harapan ini akan selalu berubah. Untuk itu, harapan-harapan yang akan datang perlu diantisipasi sejak awal. Suatu pelayanan yang berhasil apabila mampu memberikan sesuatu yang menjadi harapan tersebut, bahkan dapat melampaui yang diharapkan.

- c. **Merebut Kembali Peluang**  
Pelayanan seringkali memberikan kesan pertama bagi seseorang. Dan kesan ini tidak akan diperoleh pada kesempatan kedua. Meskipun demikian, biasanya ada suatu peluang untuk memperbaiki kesalahan apabila ada keinginan untuk mengidentifikasi permasalahannya. Keluhan terhadap pelayanan yang telah dilakukan hendaknya justru menjadi peluang, bukan menjadi masalah. Untuk itu, keluhan-keluhan terhadap diri maupun yang berkaitan dengan profesi perlu dijadikan sumber belajar untuk lebih meningkatkan diri.
- d. **Visi yang Jelas**  
Pelayanan tidak hanya dilakukan pada hari ini atau saat ini saja, akan tetapi juga perlu dipikirkan untuk masa yang akan datang. Bentuk-bentuk pelayanan di masa yang akan datang mungkin saja tidak sama dengan yang dilakukan pada saat ini. Untuk itu, perlu dipikirkan dan direncanakan sejak sekarang mengenai visi pelayanan ke depan.
- e. **Peningkatan secara Kontinyu**  
Peningkatan kontinyu dalam pemberian pelayanan yang berkualitas tidak mudah, namun esensial. Suatu pelayanan yang hanya bersifat stagnan tidak akan memberikan makna apapun. Pelayanan yang berkualitas harus ditingkatkan terus-menerus sesuai dengan perubahan harapan para pengguna layanan.
- f. **Perhatian terhadap Pengguna Layanan (Pelanggan)**  
Perhatian terhadap para pengguna layanan dilakukan dengan selalu berhubungan dengan mereka. Hal ini karena dengan selalu berhubungan dengan mereka, akan meningkatkan pemahaman akan harapan dan tuntutan mereka.
- g. **Pemberdayaan**  
Pemberdayaan ini dilakukan untuk lingkup organisasi. Dalam memberikan pelayanan, organisasi memberikan pendelegasian untuk melakukan pelayanan kepada para pengguna. Hal ini tentu saja dengan suatu tatanan, rambu-rambu bahkan dengan melalui pelatihan manajemen pelayanan.

Strategi di atas tentu saja tidak akan ada artinya tanpa adanya komitmen untuk berubah dan mengembangkan diri. Komitmen ini akan menentukan apakah seseorang atau profesi tertentu memang betul-betul butuh untuk memperbaiki sesuatu yang ada atau dimiliki sebelumnya.

### **JAMINAN KEPUASAN PELANGGAN**

Sebenarnya konsep kepuasan pelanggan masih bersifat abstrak. Dalam manajemen mutu, istilah pelanggan dibedakan menjadi dua, yaitu pelanggan internal dan pelanggan eksternal (Sulipan, 2009). Pelanggan internal adalah pelanggan yang berada di dalam organisasi, sementara pelanggan eksternal adalah pelanggan yang berada di luar organisasi. Pelanggan internal ini menjadi perhatian dalam manajemen kepuasan pelanggan. Asumsinya adalah apabila pelanggan internal dilayani dengan baik, otomatis mereka terdorong untuk melayani pelanggan eksternal secara baik pula.

Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Tingkat kepuasan pelanggan ini pun relatif. Untuk itu supaya dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara lebih baik, maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan (Fandy Tjiptono, 1998). Selain itu, karakteristik pelanggan juga perlu diperhatikan.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Fandy Tjiptono, 1998). Berdasarkan definisi tersebut, kepuasan pelanggan menyangkut dua komponen yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan. Harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterima apabila menggunakan barang atau jasa (pelayanan). Kinerja adalah persepsi pelanggan terhadap sesuatu yang diterima setelah menggunakannya.

Harapan pelanggan terhadap suatu layanan dibentuk dan dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya pengalaman menggunakan layanan di masa lampau, opini dari luar (masyarakat) dan informasi atau janji-janji dari penyedia layanan pesaing. Harapan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan tersebut selanjutnya menciptakan loyalitas pelanggan.

### 1. Mitos Loyalitas Pelanggan

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan Conference Board tahun 2002 ditemukan bahwa loyalitas pelanggan diyakini sebagai tantangan sangat penting dihadapi melebihi hal-hal yang berkaitan dengan pengurangan biaya, peningkatan nilai saham ataupun pengembangan organisasi (Roy Gono, 2005). Hal yang menjadi persoalan adalah ada sejumlah mitos loyalitas pelanggan yang diterima begitu saja kebenarannya. Mitos tersebut antara lain, **pertama**, ada anggapan bahwa apabila mempunyai semakin banyak pelanggan, maka akan diikuti pangsa pasar yang besar. **Kedua**, dibutuhkan biaya lima kali lipat lebih besar untuk mengakuisisi konsumen baru ketimbang mempertahankannya (*retention*). **Ketiga**, pelanggan yang setia biasanya kurang sensitif terhadap harga. Dan **keempat**, dalam lingkup organisasi ada anggapan yang populer bahwa anggota organisasi yang puas akan menciptakan pelanggan yang bahagia.

Loyalitas pelanggan masih merupakan konsep manajemen layanan yang sangat penting, akan tetapi tidak bijaksana apabila terlalu menyederhanakannya. Untuk itu, ada beberapa langkah dan pemahaman yang perlu diperhatikan antara lain:

- a. Memastikan untuk memupuk loyalitas pelanggan terarah pada pelanggan yang tepat. Untuk itu, perlu memilih pelanggan sebelum melakukan retensi pelanggan.
- b. Loyalitas membutuhkan waktu untuk tumbuh, sehingga diperlukan perencanaan dan kesabaran
- c. Tidak mengabaikan pelanggan yang kecil porsinya
- d. Melakukan interaksi timbal balik dengan para pelanggan. Program loyalitas pelanggan perlu memikirkan kepentingan pelanggan.
- e. Mempelajari pola respon pelanggan yang spesifik secara cermat
- f. Loyalitas pelanggan tidak hanya ditentukan semata-mata karena karyawan yang puas

### 2. Strategi Kepuasan Pelanggan

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan bukan merupakan hal yang mudah, bahkan ada pendapat bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin dapat tercapai. Meskipun demikian,

upaya perbaikan dan penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi.

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

a. *Relationship Marketing*

Dalam strategi ini, hubungan transaksi antara penyedia pelayanan dengan pelanggan masih terus berkelanjutan, tidak berhenti setelah pelayanan pertama selesai. Hubungan tersebut dijalin suatu kemitraan jangka panjang, sehingga diharapkan akan terjadi interaksi ulangan.

b. *Superior Customer Services*

Pihak penyedia pelayanan menawarkan pelayanan yang lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing. Untuk mewujudkannya seringkali membutuhkan dana yang besar.

c. *Extraordinary Guarantees*

Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang selanjutnya akan menjadi sumber penyempurnaan kinerja pelayanan. Garansi ini juga dirancang untuk meringankan kerugian pelanggan.

d. Penanganan Keluhan yang Efektif

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas. Dalam langkah ini, kecepatan dan ketepatan penanganan masalah merupakan hal yang *crusial*. Untuk itu, identifikasi dan penentuan sumber masalah pelanggan tidak puas perlu dilakukan secara efektif.

## **KEPUASAN PELANGGAN PADA PROFESI BIMBINGAN DAN KONSELING**

### **1. Harapan Kinerja Layanan Bimbingan dan Konseling**

Profesi merupakan pekerjaan atau karir yang bersifat pelayanan bantuan keahlian dengan tingkat ketepatan yang tinggi untuk kebahagiaan-pengguna berdasarkan norma-norma yang berlaku (LPTK, 2004). Profesi memiliki kekuatan dan eksistensi sebagai akibat interaksi timbal balik antara kinerja profesional dengan kepercayaan publik (*public trust*). Kepercayaan publik terhadap profesi ini akan muncul apabila kinerja profesi tersebut menunjukkan

konsep profesi yang jelas dengan cara-cara yang profesional dan membedakan kompetensinya dengan profesi yang lain.

Pada dasarnya pelayanan profesi konseling merupakan usaha membantu individu dalam mencari dan menetapkan pilihan serta mengambil keputusan yang menyangkut kehidupan pribadi, kehidupan sosial, kegiatan belajar, perencanaan dan pengembangan karir, kehidupan berkeluarga serta kehidupan keberagamaan (LPTK, 2004). Pelayanan konseling tersebut didasarkan atas hakekat konseling sebagai filsafat, komitmen, pandangan hidup, sikap, tindakan dan pandangan mendunia yang mewarnai komitmen tenaga profesi konseling atas pekerjaannya.

Berdasarkan hal tersebut, profesi konseling digolongkan menjadi beberapa bidang, yaitu :

1. Pelayanan kehidupan pribadi, membantu individu menilai kecakapan, minat, bakat dan karakteristik kepribadian diri sendiri untuk mengembangkan diri secara realistis.
2. Pelayanan kehidupan sosial, membantu individu menilai dan mencari alternatif hubungan sosial yang sehat dan efektif dengan teman sebaya atau dengan lingkungan sosial yang lebih luas.
3. Pelayanan kegiatan belajar, membantu individu dalam kegiatan belajarnya dalam rangka mengikuti jenjang dan jalur pendidikan tertentu dan/atau dalam rangka menguasai sesuatu kecakapan dan keterampilan tertentu.
4. Pelayanan perencanaan dan pengembangan karir, membantu individu dalam mencari dan menetapkan pilihan serta mengambil keputusan berkenaan dengan karir tertentu, baik karir di masa depan maupun karir yang sedang dijalannya.
5. Pelayanan kehidupan berkeluarga, membantu individu dalam mencari dan menetapkan serta mengambil keputusan berkenaan dengan rencana perkawinandan/atau kehidupan berkeluarga yang dijalannya.
6. Pelayanan kehidupan keberagamaan, membantu individu dalam memantapkan diri berkenaan dengan perilaku keberagamaan menurut agama yang dianutnya.

Keenam bidang pelayanan di atas merupakan fokus dari profesi Bimbingan dan Konseling. Berbagai upaya pengembangan ke arah profesionalisasi telah banyak dilakukan, tidak hanya sebatas dalam *setting* persekolahan akan tetapi juga dalam *setting* kehidupan

masyarakat yang lebih luas. Adanya perubahan dan perkembangan masyarakat yang semakin maju menuntut upaya pengembangan profesionalisasi Bimbingan dan Konseling ini dapat menyesuaikan tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

Profesi Bimbingan dan Konseling yang sangat lekat dengan upaya pelayanan tampaknya memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan profesi yang lain. Pelayanan yang dilakukan tersebut diharapkan tidak hanya memfokuskan pada bantuan penyelesaian masalah pada masing-masing bidang. Dalam memberikan pelayanan hendaknya juga perlu mempertimbangkan kepuasan konseli sebagai pelanggan profesi Bimbingan dan Konseling. Hal ini karena kepuasan para pelanggan profesi akan menentukan pengembangan profesi ke arah yang lebih baik. Dengan mengetahui seberapa jauh kepuasan pelanggan memudahkan bagi profesi ini untuk merencanakan, melaksanakan serta memperbaiki layanan pemberian bantuan sesuai dengan tuntutan, harapan dan kebutuhan konseli.

### **3. Implementasi Kepuasan Pelanggan pada Profesi Layanan Bimbingan dan Konseling**

Konsep pelayanan kepuasan pelanggan merupakan sisi pengembangan profesi Bimbingan dan Konseling selain pengembangan dalam standarisasi profesi konseling, kode etik dan arah kredensialisasinya. Adapun mekanisme pelaksanaannya tentu saja mengacu pada konsep manajemen pelayanan kepuasan pelanggan dengan melakukan penyesuaian-penyesuaian. Konsep ini bahkan dapat melengkapi kinerja pemberian pelayanan profesi Bimbingan dan Konseling. Artinya pelayanan bantuan yang selalu mendasarkan pada kepuasan konseli sebagai pelanggan dapat menjadi ciri sikap dalam profesi Bimbingan dan Konseling, bahkan menjadi ciri keunggulan dibandingkan profesi yang lain. Hal ini mengingat, pelayanan pemberian bantuan menjadi tugas profesi yang esensial dalam profesi ini. Harapannya, pelayanan yang dilakukan tidak sekedar memenuhi tugas profesi saja, akan tetapi betul-betul memenuhi kepuasan bagi para pengguna profesi.

Berpijak pada pentingnya kepuasan pelanggan dalam pemberian layanan bimbingan dan konseling, implementasi konsep ini dapat dimulai dengan mengidentifikasi siapa saja pelanggan

layanan bimbingan dan konseling. Seperti diketahui pelanggan itu sendiri dibedakan menjadi pelanggan internal dan eksternal. Pelanggan internal profesi bimbingan dan konseling dalam hal ini adalah para guru pembimbing atau konselor, sementara yang termasuk pelanggan eksternal adalah para pengguna layanan tersebut misalnya siswa, orang tua siswa, dan masyarakat. Sesuai dengan konsepnya, pelanggan internal perlu mendapat perhatian utama sebelum berharap banyak dapat memberikan kepuasan pelanggan eksternal. Para guru pembimbing dan konselor sangat penting mendapatkan kepuasan terlebih dahulu sebelum mereka betul-betul diharapkan dapat memberikan kepuasan layanan. Layanan bantuan bimbingan dan konseling yang diberikan kepada siswa, orang tua atau masyarakat sangat dipengaruhi bagaimana kepuasan mereka terhadap lingkungan profesi dan profesi mereka sendiri. Kepuasan yang mereka rasakan akan memberikan konsekuensi bagaimana seorang guru pembimbing atau konselor memberikan layanan kepada siswa, orang tua siswa, atau masyarakat pada umumnya.

Berdasarkan uraian di atas, tampaknya memang konsep kepuasan pelanggan dalam profesionalitas bimbingan dan konseling perlu dimulai dari lembaga pendidikan yang mencetak para guru pembimbing dan konselor. Oleh karenanya, perlu bagi lembaga-lembaga pendidikan tersebut memperhatikan beberapa hal yang diperlukan oleh pelanggan internal sebelum sampai pada pelanggan eksternal. Adapun hal-hal yang diperlukan bagi pelanggan internal ini seperti struktur dan sistem yang efisien (kultur akademik, kurikulum, fasilitas dan sebagainya), kerja sama (hubungan dosen-mahasiswa, mahasiswa-mahasiswa), dan pekerjaan yang berkualitas (prestasi akademis). Hal-hal yang diperlukan bagi pelanggan eksternal seperti misalnya kesesuaian dengan kebutuhan akan produk (kebutuhan masyarakat akan layanan bimbingan konseling), keunggulan yang kompetitif (*public trust* terhadap layanan bimbingan dan konseling) dan kualitas layanan. Beberapa hal tersebut akan menentukan seberapa jauh kepuasan pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal terhadap layanan bimbingan dan konseling.

Oleh karena dalam lembaga pendidikan, mahasiswa sebagai calon guru pembimbing atau konselor merupakan pelanggan internal, maka mereka menempati posisi yang penting untuk mendapatkan kepuasan terlebih dahulu. Dalam merealisasikan konsep tersebut

tentu saja tidak terlepas dari peran pengambil kebijakan dari lembaga pendidikan yang bersangkutan. Mereka perlu menanamkan budaya kualitas layanan di lingkungan lembaga pendidikan, yang pada akhirnya dapat dirasakan oleh para mahasiswa. Oleh karena itu diperlukan pengenalan dan pemahaman kebutuhan mahasiswa. Kebutuhan tersebut tidak hanya terkait dengan layanan akademis secara umum, akan tetapi juga kebutuhan pada saat mereka harus memberikan layanan bimbingan dan konseling.

Budaya kualitas layanan bimbingan dan konseling yang selama ini sudah banyak dilakukan masih dalam bentuk konsep-konsep tentang bagaimana melaksanakan layanan bimbingan dan konseling. Sementara masih ada sebagian kecil yang belum melakukan internalisasi paradigma berpikir mengenai kualitas layanan ketika memberikan layanan bantuan. Hal ini bisa disebabkan memang kualitas layanan dalam pengelolaan layanan bimbingan dan konseling kurang ditekankan sejak awal. Oleh karenanya layanan yang diberikan masih berdasarkan teori-teori yang memang harus dilakukan. Paradigma layanan bimbingan dan konseling tidak hanya terpaku pada bagaimana teori melaksanakan layanan bimbingan dan konseling yang seharusnya, namun juga bagaimana memberikan kepuasan kepada konseli atas layanan yang telah diberikan. Terkait dengan adanya kebutuhan konseli yang berbeda-beda, tentu saja upaya layanan dalam memberikan kepuasan juga didasari pada bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut. Hal ini karena kualitas layanan sangat ditentukan dengan ada atau tidaknya kesesuaian kebutuhan dengan layanan pemenuhan kebutuhan tersebut.

Hal yang paling relevan dapat dirasakan sebagai dampak budaya kualitas layanan bagi mahasiswa adalah paradigma kualitas layanan yang menjadi kunci keunggulan profesi dalam menghadapi kancah persaingan profesi. Paradigma ini akan mempengaruhi perilaku kinerja. Kualitas layanan bimbingan dan konseling yang dilakukan memberikan konsekuensi *public trust* terhadap profesi bimbingan dan konseling. Oleh karena itu, tidak menutup kemungkinan, perlu ditentukan standart kinerja layanan bimbingan dan konseling yang benar-benar dibutuhkan konseli. Standart kinerja yang memfokuskan pada kepuasan pelanggan tersebut tentu saja disusun sesuai dengan kebutuhan akan layanan bimbingan dan konseling. Selanjutnya hal tersebut akan menjadi panduan bagi

mahasiswa dan guru pembimbing (apabila sudah lulus) dalam melaksanakan layanan bimbingan dan konseling.

Selain itu, organisasi profesi juga ikut andil dalam memelihara tingkat kepuasan guru pembimbing ini sebagai anggota profesi tersebut. Upaya-upaya pengembangan yang telah dilakukan selama ini tetap perlu dilakukan dengan harapan hal tersebut dapat memenuhi kebutuhan aktualisasi diri guru pembimbing sebagai pelanggan internal untuk berkembang. Namun demikian, upaya pengembangan tersebut tampaknya juga perlu melihat kebutuhan guru pembimbing di lapangan.

Pada dasarnya masih banyak lagi upaya-upaya lain yang dapat dilakukan dalam mencapai kepuasan pelanggan dalam profesionalitas bimbingan dan konseling. Beberapa yang telah disampaikan di atas berupa wacana yang selanjutnya masih perlu dipikirkan implementasinya secara lebih terperinci.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Direktorat Pembinaan Pendidikan Tenaga Kependidikan dan Ketenagaan Pendidikan Tinggi. 2004. *Dasar Standarisasi Profesi Konseling*. Jakarta : Bagian Proyek Peningkatan Tenaga Akademik Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional.
- DeVrye, Catherine. 1997. *Good Service is Good Business : 7 Simple Strategies for Success*. Australia : Prentice Hall.
- Fandy Tjiptono. 1997. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Fandy Tjiptono. 1998. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- LPTK. 2004. *Dasar Standarisasi Profesi Konseling*. Jakarta : Direktorat Pembinaan Pendidikan Tenaga Kependidikan dan Ketenagaan Pendidikan Tinggi.
- Roy Goni. 2005. Menanggalkan Mitos Loyalitas Pelanggan. *Kompas*. Minggu 11 Desember 2005
- Sulipan. 2009. *Pengembangan Profesi Guru, Kepala Sekolah dan Pengawas Sekolah*. <http://sekolah.8k.com/blank.html>, diakses tanggal 14 Desember 2009.
- Suwarjo. 2003. *Pengembangan Profesi Bimbingan dan Konseling dalam Pelaksanaan Kurikulum Berbasis Kompetensi*. Makalah : Disampaikan dalam Seminar Peranan Bimbingan dan

Konseling dalam Implementasi Kurikulum Berbasis Kompetensi di UNY Yogyakarta.

Tim Studi ABKIN. 2005. *Profesionalisasi, Kompetensi dan Pendidikan Konselor*. Makalah: disajikan dalam Lokakarya Bersama Program Studi Bimbingan dan Konseling Se-Indonesia dan ABKIN di UNY Yogyakarta

-----, 2009. *Kepuasan Pelanggan Sepenuhnya (Total Quality Satisfaction)*.

<http://elqorni.wordpress.com/2008/06/03/kepuasan-pelanggan-sepenuhnya-total-total-customer-satisfacion>. Diakses tanggal 14 Desember 2009.