

Peserta Didik Adalah Konsumen?

BELAKANGAN ini masyarakat kita banyak disuguhi berita tentang orang tua siswa menuntut guru ketika anaknya mendapat hukuman di sekolah. Bahkan, ada orang tua siswa maupun siswa yang melakukan kekerasan fisik kepada guru sekolah. Dan yang terbaru, salah seorang wali murid, Yustina Supatni, menggugat guru dan kepala SMA Kolese Gonzaga, Jakarta, senilai Rp 551 juta karena anaknya tidak naik kelas. Yustina merasa sebagai orang tua tidak pernah mendapat sosialisasi dari sekolah soal syarat kriteria ketuntasan minimal (KKM).

Fenomena itu terjadi karena meningkatnya kesadaran siswa dan orang tua siswa terhadap hak-hak mereka sebagai peserta didik. Persaingan antar lembaga pendidikan yang makin ketat memperkuat pandangan masyarakat bahwa saat ini banyak sekolah atau kampus yang memerlukan siswa atau mahasiswa dan bukan sebaliknya. Banyak lembaga pendidikan belakangan ini harus memperlakukan siswa atau mahasiswa seperti konsumen. Dalam padangan masyarakat, konsumen adalah raja sehingga memperlakukan peserta didik sebagai konsumen seakan juga memperlakukan mereka sebagai "raja".

Pandangan peserta didik sebagai konsumen seharusnya bisa menjadi lecutan positif juga bagi lembaga pendidikan untuk lebih bersikap profesional dalam mendidik siswa atau mahasiswanya. Jika lembaga pendidikan merasa tidak membutuhkan siswa atau mahasiswa, tak urung muncul sikap arogansi pada

guru atau dosen sehingga mereka bertindak semena-mena terhadap peserta didiknya. Tidak disiplin dalam mengajar atau membingungkan, memberikan nilai secara subjektif tanpa rubrik atau standar penilaian yang *fair*, dan menghukum peserta didik secara tidak adil. Bahkan, ada juga yang melakukan tindakan diskriminatif terhadap peserta didiknya. Tentu hal tersebut bukan sikap profesional seorang pendidik sehingga adanya fenomena "peserta didik adalah konsumen" akan melecut mereka untuk mengubah sikap demi meningkatkan atau mempertahankan daya saing lembaga pendidikannya.

Namun, di sisi yang lain, pandangan "peserta didik adalah konsumen" bisa memberikan dampak negatif bagi proses pembelajaran, khususnya dalam mendidik karakter. Jika konsumen berhak komplain, memaki-maki, dan menggugat produsen, demikian pula banyak peserta didik atau orang tuanya juga berpandangan demikian. Kalau produsen sangat mengikuti kebutuhan dan selera konsumen, begitu pula beberapa peserta didik atau orang tua juga ingin mengatur bentuk layanan, tugas-tugas yang diberikan, dan bahkan kalau bisa mendikte kurikulum dari lembaga pendidikan tersebut. Akibatnya, mereka hanya menilai pendidikan dari sisi ekonomis dan bukan dari sisi proses pembelajaran yang tidak selalu bisa menyenangkan konsumen.

Pendidik Berjiwa Marketing
Pada 2007, Oplatka dan Brown



O l e h

JIMMY E. KURNIAWAN *)

mengemukakan pentingnya sekolah mengembangkan budaya yang berorientasi kepada *market* sehingga dapat menciptakan nilai dan performa yang unggul dan berkelanjutan bagi sekolah tersebut. Begitu pula pendidik, dalam hal ini guru sekolah, perlu memiliki jiwa *marketing*. Persaingan sekolah yang makin ketat memaksa guru-guru yang mayoritas lebih berjiwa sosial daripada bisnis lebih sensitif terhadap kondisi *market* yang berpotensi menambah atau mengurangi jumlah siswa yang akan mendaftar ke sekolah mereka.

Oplatka dan Brown dalam jurnalnya menyarankan guru-guru sekolah memiliki orientasi konsumen, yaitu memahami kondisi dan kebutuhan siswa dan calon siswa. Di samping itu, guru disarankan untuk peka dan memperhatikan perkembangan sekolah-sekolah lain yang berpotensi menjadi kompetitor sekolah mereka. Informasi tentang kebutuhan siswa sebagai konsumen dan perkembangan sekolah lain yang menjadi

kompetitor harus mereka bagikan dan koordinasikan dengan pimpinan sekolah dan staf-staf yang lain untuk menyusun strategi yang lebih baik demi menciptakan *market value* yang lebih memuaskan peserta didik sebagai konsumen sekolah.

Permasalahannya apakah dengan demikian peserta didik atau orang tuanya boleh menuntut, bahkan "memaksakan" banyak hal kepada lembaga pendidikan demi kepuasan mereka? Kalaupun lembaga pendidikan berpandangan bahwa siswa adalah konsumen yang harus dilayani, hal utama yang harus dipertimbangkan adalah produk utama apa yang dihasilkan dan dijanjikan oleh lembaga pendidikan tersebut. Konsumen hanya bisa komplain jika produsen tidak memberikan produk seperti yang mereka janjikan. Jika konsumen mobil mendapati produknya tidak dapat berjalan dengan baik seperti yang dijanjikan, mereka berhak komplain tentang hal tersebut. Tetapi, tidak mungkin konsumen mobil komplain tentang produk mobilnya yang tidak lezat dan tidak bisa dimakan karena produsen mobil tidak pernah berjanji mobilnya bisa dimakan, apalagi lezat.

Lembaga pendidikan sepatutnya tidak menjanjikan produk yang bisa menghibur dan memuaskan semua peserta didik sebagai konsumennya. Sekolah atau kampus bukan pelaku bisnis *entertainment*. Sekalipun metode dan teknologi pembelajaran saat ini makin berkembang dan makin menghibur dengan berbagai video dan permainan edukasi, bisnis utama lembaga pendidikan bukan

entertainment. Perkembangan metode dan teknologi pembelajaran ditujukan untuk membuat peserta didik lebih terlibat aktif, tidak jenuh dalam proses pembelajaran, dan menjadi kreatif, namun bukan untuk hiburan.

Sebaliknya, lembaga pendidikan dapat menjanjikan produk yang mendidik dan mengembangkan pengetahuan, *skill*, dan sikap peserta didiknya. Untuk mendapatkan hasil yang dijanjikan tersebut, diperlukan proses disiplin yang kadang tidak menyenangkan. Ibarat pusat kebugaran atau *gym* yang menjanjikan konsumennya dapat memiliki otot-otot yang kuat jika mengikuti semua instruksi latihan secara teratur yang diberikan *personal trainer*. Konsumen tidak bisa komplain ototnya tidak terbentuk dengan baik kalau ia tidak mengikuti instruksi-instruksi latihannya dengan teratur.

Demikian pula, lembaga pendidikan berhak memberikan janji kepada peserta didik sebagai konsumen dengan diikuti persyaratan aturan main yang transparan dan *fair*. Peserta didik akan mengembangkan pengetahuan, *skill*, dan sikap yang baik jika mengikuti aturan-aturan di lembaga pendidikan, termasuk aturan kedisiplinan. Peserta didik sebagai konsumen akan menghargai lembaga pendidikan yang sejak awal dapat menjelaskan proses belajarnya dengan baik sehingga tidak ada lagi alasan untuk komplain, apalagi menuntut, di luar apa yang dijanjikan. (*)

***) Dekan Fakultas Psikologi Universitas Ciputra Surabaya**