

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak perusahaan yang berkembang seiring dengan waktu dewasa ini. Perusahaan-perusahaan tersebut berkembang sesuai dengan kebutuhan berbagai pihak, mulai dari perusahaan dagang, jasa serta perusahaan manufaktur. Sebagian besar dari perusahaan-perusahaan tersebut adalah profit yang maximum. Atas dasar tujuan tersebut, berbagai pihak perusahaan selalu berupaya untuk melakukan hal-hal yang dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Keuntungan yang diperoleh perusahaan tentunya bukan merupakan hasil pekerjaan dari satu orang saja, melainkan hasil usaha dari semua pihak yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan berupaya menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang murah dan terjangkau.

Dalam era industrialisasi yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam dunia industri akan memberikan perhatian penuh kepada kualitas. Perhatian penuh kepada kualitas akan memberikan dampak positif kepada bisnis melalui dua cara, yaitu: dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap

pendapatan.¹ Dampak terhadap biaya produksi terjadi melalui proses pembuatan produk yang memiliki derajat konformansi (*conformance*) yang tinggi terhadap standar-standar hingga bebas dari tingkat kerusakan yang mungkin.

Dampak terhadap peningkatan pendapatan terjadi melalui peningkatan penjualan atas produk berkualitas yang berharga kompetitif. Produk-produk berkualitas yang dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk itu. Karena setiap konsumen pada umumnya akan memaksimalkan utilitas dalam mengkonsumsi produk, jelas bahwa produk-produk berkualitas tinggi pada tingkat harga yang kompetitif akan dipilih konsumen. Hal ini akan meningkatkan penjualan dari produk-produk itu yang berarti pula meningkatkan pangsa pasar sehingga pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Dalam situasi persaingan global yang semakin kompetitif, persoalan kualitas produk menjadi isu sentral bagi setiap perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk berkualitas, kepuasan konsumen akan

¹ Vincent Graspersz, *Total Quality Management*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, h.3

tercapai.² Oleh karena itu, diperlukan suatu *Total Quality Management* (TQM) yang diterapkan dengan langkah-langkah yang tepat. Persaingan perusahaan-perusahaan jasa sekarang ini sudah tidak terhindarkan lagi, terutama persaingan kualitas layanan antar perusahaan jasa wisata. Banyaknya biro perjalanan yang didukung dengan modal besar hadir dengan menampilkan fasilitas yang sempurna, disertai dengan bentuk layanan lain yang benar-benar memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggannya.

Sultan Agung Tour & Travel merupakan salah satu organisasi yang memberikan pelayanan berupa biro perjalanan Sultan Agung Tour & Travel berdiri sejak tahun 2005 yang terletak di Jl.Kaligawe Km.4 Semarang. Dari tahun 2005 sampai dengan 2015 Sultan Agung Tour & Travel sudah banyak mengalami perubahan yang signifikan baik disektor fisik maupun non fisik, serta peningkatan kualitas perusahaan. Sultan Agung Tour dan Travel masih dibawah naungan YBWSA. Unsur – Unsur TQM yang ada di dalam SA Tour & Travel yaitu

1. Fokus pada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal. Tentu fokus ke pelanggan , pada kegiatan umroh pihak sa tour memberikan harga diskon

² Nursya'bani Purnama, *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*, Yogyakarta: EkONISIA, 2006, h.9

dari harga pasar, bisa menciptakan tali silaturahmi sedangkan dalam tour untuk pelanggan dengan memberikan souvenir, voucher hotel tentunya pelayanan yang baik.

2. Memiliki obsesi yang tinggi terhadap mutu. Sangat obsesi seperti menerima kritik ,saran dari konsumen. Nilai titik konsumen terletak pada sesuatu apa yang telah disepakati. Memberikan fasilitas yang sempurna dan pelayanan prima.
3. Menggunakan pendekatan ilmiah dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah. Seperti diskusi yakni bila mendengarkan keluhan dari pelanggan, sebaiknya perlu diselesaikan dengan menemukan solusinya.
4. Memiliki komitmen jangka panjang. Tentu bahwa satour berkomitmen apabila terjadi perselisihan antar pegawai sebaiknya di diskusikan untuk dicari maslahatnya dan diminimalisir mudaratnya, apabila masih belum mengerti maka diberi penjelasan dan kompensasi agar kedepannya dapat berjalan sesuai dengan semestinya.
5. Membutuhkan kerja sama tim. Dalam kerja sama tim mereka selalu memakai standar operasional prosedur ,yakni seperti setiap tim harus sesuai dengan sop , satu visi dan misi, saling membantu dan diskusi.

6. Memperbaiki proses secara berkesinambungan. Pasti karena jika ada ketroubelan dalam pelayanan jasa seperti mendengar terus keluhan pelanggan baik kritik dan saran akan ditampung oleh pihak tour dan diperbaiki secara terus menerus. Jadi pihak sa tour tidak acuh dengan konsumen.
7. Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan. Di Sa tour mengadakan pelatihan *service excellent*, seminar, motivasi.
8. Memberikan kebebasan yang terkendali. Dalam hal ini setiap lini masing-masing diberikan kebebasan harga namun jangan sampai harga itu dibawah dari harga standar karena setiap perusahaan memiliki harga pokok penjualan.
9. Memiliki kesatuan tujuan. Untuk memiliki kesatuan tujuan di sa tour mengharuskan untuk bersatu dalam visi dan misi.
10. Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan. Untuk karyawan sangat terlibat dalam suatu diskusi seperti seminar, mereka boleh memberikan ide masukan untuk kemajuan perusahaan.

Tabel 1
DATA TOUR DOMESTIK 2015
SULTAN AGUNG TOUR & TRAVEL

No	Nama Customer	Tujuan	Jumlah Pax
1	SMA Sultan Agung 1	Denpasar	300
2	RSI Sultan Agung	Pangandaran-Bandung	1600
3	SMP Sultan Agung 1	Pacitan	150
4	Fakultas Kedokteran Unissula	Malang	400
5	Paduan Suara Unissula	Denpasar	50
6	SD Sultan Agung 2	Jogja	50
7	Kelurahan Kramas Tembalang	Jogja	100
8	Fakultas Komunikasi Unissula	Solo	100
9	RSI Sultan Agung	Jebara	60
10	SMP Sultan Agung 1	Pangandaran-bandung	90
11	PT Bhakti Agung Pratama	Jogja	80
12	SMA Sultan Agung 3	Bali	100
13	SMA Sultan Agung 1	Jogja	90
		JUMLAH	3.170

Sumber: Data tour domestik, 2015

Dilihat dari tabel 1 bahwa dalam 1 tahun produk tour domestik mempunyai jumlah pelanggan yang banyak. Dapat dikatakan bahwa Sultan Agung Tour & Travel mempunyai kualitas yang lebih baik. Namun, untuk memperkuat dan mempertahankan produk tersebut diperlukan upaya perbaikan secara berkesinambungan dengan melakukan penerapan TQM.

Total Quality Management (TQM) merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan bisnis yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan secara berkesinambungan atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya. Sistem manajemen TQM berlandaskan pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi.³

Tujuan TQM ialah untuk memberikan produk atau jasa berkualitas yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan pasar konsumen berkelanjutan (*sustainable satisfaction*) yang pada gilirannya akan menimbulkan pembelian berkesinambungan sehingga dapat meningkatkan produktivitas produsen mencapai skala ekonomis dengan akibat penurunan biaya produksi. Manajemen TQM harus mempunyai visi, misi dan kemampuan untuk

³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : ANDI, 2008, h.32

mengembangkan pasar yang sudah ada, maupun dapat mengantisipasi kebutuhan produk atau jasa yang akan datang, yang saat ini mungkin belum ada sama sekali. Kreativitas dan kemampuan manajemen menciptakan pasar kebutuhan yang akan datang inilah yang akan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan sebagai pemimpin atau pionir dalam pasar tersebut.⁴

Total quality Management di Sultan Agung Tour dan Travel Semarang. Sultan Agung Tour memfokuskan kepada pelanggan internal maupun eksternal dalam tour sendiri dengan memberikan souvenir, voucher hotel, dan pelayanan yang baik. Dalam memandu sebuah kegiatan karyawan Sultan Agung Tour tidak terlepas dari sebuah pendidikan dan pelatihan seperti halnya pelatihan service excellent, seminar dan juga motivasi. Kesatuan tujuan di SA Tour terletak pada visi dan misi menjadi biro perjalanan rohani dan wisata yang amanah serta professional, dalam rangka turut mewujudkan cita-cita generasi Khairu ummah.

Pelayanan islami adalah segala bentuk kegiatan untuk melayani konsumen dengan kaidah-kaidah islam. Islam telah mengajarkan praktek hubungan sosial dan kepedulian terhadap sesama dalam suatu ajaran khusus, yakni akhlak,

⁴ Buddy Ibrahim, *TQM (Total Quality Management): Panduan menghadapi Persaingan Global*, Jakarta: Djambatan, 2000, h.22

akhlak harus mengandung unsur aqidah dan syariah. Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, dalam hal ini konsumen adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Di SA Tour & Travel dalam memberikan pelayanan mereka selalu memberikan pelayanan yang prima, fasilitas yang sempurna, berbasik islam, selain itu tidak menutup kemungkinan untuk menerima konsumen yang beragama lain, disisi lain mereka ingin menjadikan SA Tour & Travel ini bermanfaat untuk orang lain.

TQM yang paling menonjol disana yaitu Tour leader yang sangat professional dalam menjalankan tugasnya. Namun, menurut Ibu Santi salah satu pengguna jasa Sultan Agung Tour dan Travel mengatakan bahwa pelayanannya kurang cepat, fasilitasnya kurang lengkap, kurang tepat waktu ditempat tujuan dan selain itu tour leadernya kurang professional hal ini dikarenakan pada saat tour ke malang, karyawan atau tour leadernya ingin menyalakan ac namun bisnya yang berjalan sampai menyenggol bis yang lain, selain itu pernah juga di waktu peserta tour sudah masuk ke dalam bis tour leadernya kurang mengawal peserta karena ada satu peserta yang tertinggal untung tidak jauh dari posisi bis.⁵ hal ini berarti kurang adanya komunikasi antar konsumen dengan tour leadernya, Kualitas dari bisnya lambat sehingga sampai

⁵Hasil wawancara dengan ibu santi pada tanggal 28 agustus 2015

tujuan tidak tepat waktu, kondisi bisnya kurang luas didalamnya. jadi apa yang dikeluarkan oleh konsumen tidak sesuai dengan harapan atau fasilitas yang diinginkan. Konsumen yang puas merupakan aset yang sangat berharga karena konsumen yang puas akan terus menggunakan jasa pilihannya, sebaliknya konsumen yang tidak puas akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, maka perusahaan harus menciptakan atau mengelola suatu sistem untuk memperoleh konsumen yang lebih banyak serta kemampuan untuk mempertahankan konsumennya.

Berdasarkan uraian diatas, melalui tulisan ini penulis ingin meneliti mengenai “PENGARUH *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* (TQM) DAN KINERJA PELAYANAN ISLAMI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Produk Tour Domestik SA Tour dan Travel Semarang)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah TQM berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada produk tour domestik SA Tour dan Travel Semarang?

2. Apakah kinerja pelayanan islami berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada produk tour domestik SA Tour dan Travel semarang?
3. Apakah TQM dan kinerja pelayanan islami berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada produk tour domestik SA Tour dan Travel semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh TQM terhadap kepuasan konsumen pada produk tour domestik SA Tour dan Travel semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja pelayanan islami terhadap kepuasan konsumen pada produk tour domestik SA Tour & Travel semarang.
3. Untuk mengetahui pengaruh TQM dan Kinerja pelayanan islami terhadap kepuasan konsumen pada produk tour domestik SA Tour dan Travel semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan bisa diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Memberikan pengetahuan pada penulis tentang pengaruh *Total Quality Management* (TQM) dan kinerja pelayanan islami terhadap kepuasan konsumen

pada produk tour domestik Sultan Agung Tour & Travel Semarang.

2. Memberikan masukan berupa informasi dan mungkin juga saran kepada pihak-pihak yang berkompeten dalam Sultan Agung Tour & Travel khususnya pihak manajemen Sultan Agung Tour & Travel Semarang.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini merupakan dasar penulisan penelitian, yang menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian mengenai pengaruh *total quality management* dan kinerja pelayanan islami terhadap kepuasan konsumen pada produk tour domestik Sultan Agung Tour dan Travel Semarang dilakukan, serta rumusan-rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari pada penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan tentang teori-teori *total quality management*, kinerja pelayanan islami, dan kepuasan konsumen sebagai dasar penelitian, hasil-hasil penelitian terdahulu yang dijadikan dasar dan referensi bagi peneliti.

Dijelaskan pula kerangka pemikiran dan hipotesis yang diambil oleh peneliti.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang definisi operasional variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan deskripsi objek penelitian yang digunakan, analisis *total quality management* dan kinerja pelayanan islami terhadap kepuasan konsumen pada produk tour domestik Sultan Agung Tour dan Travel semarang serta pembahasannya.

BAB V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan serta saran-saran yang diberikan oleh peneliti.