

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Memasuki era persaingan bebas seperti saat ini, mendorong setiap perusahaan untuk mampu mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan penjualan serta tingkat profitabilitasnya sehingga mampu menghadapi lingkungan bisnis yang senantiasa selalu berubah. Persaingan antar perusahaan terutama dalam bidang industri jasa yang tumbuh secara signifikan harus dapat dihadapi dengan strategi-strategi jitu agar perusahaan tidak ditinggalkan oleh konsumennya. Perusahaan belomba-lomba menawarkan produk baik berupa barang maupun jasa sehingga konsumen semakin leluasa untuk memilih apa yang mereka inginkan. Kepuasan konsumen dalam hal ini menjadi sangat penting bagi perusahaan karena sebagian besar penjualan berasal dari pembelian ulang.

Peningkatan persaingan perusahaan dalam bidang jasa terutama dalam bidang transportasi, semakin menjelaskan betapa pentingnya kepuasan pelanggan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Hambatan dan rintangan yang muncul semakin tak menentu sehingga menuntut setiap penyedia jasa untuk pro aktif melakukan perbaikan disetiap lini dan secara terus menerus. Persaingan penyedia jasa transportasi tidak hanya berhenti pada banyaknya jenis ataupun kondisi kendaraan yang digunakan. Lebih daripada itu, ternyata banyak bidang yang menjadi ajang persaingan para pelaku industri jasa transportasi seperti kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen termasuk berbagai faktor pendukung di dalamnya. Kontrol kualitas disemua lini termasuk pelayanan konsumen

menjadi bagian yang sangat penting ketika perusahaan menginginkan para konsumennya loyal terhadap produk berupa jasa transportasi yang mereka tawarkan. Konsumen harus mendapatkan pelayanan yang benar-benar seperti apa yang mereka inginkan sehingga selalu mengulangi untuk menggunakan jasa transportasi yang diberikan perusahaan dikemudian hari.

Permasalahan ekonomi global yang melanda negara-negara diseluruh dunia dewasa ini turut berimbas kepada industri jasa transportasi termasuk yang ada di Indonesia. Terlebih lagi kenaikan harga minyak dunia pada 5 tahun terakhir berimbas secara langsung terhadap kenaikan biaya operasional industri jasa transportasi. Manajemen perusahaan jasa transportasi dihadapkan pada penentuan kebijakan penyesuaian terhadap kondisi yang berlangsung. Manajemen tidak bisa serta merta menaikkan harga jual jasa transportasi yang mereka tawarkan ataupun memangkas biaya operasionalnya. Apabila harga jual dinaikkan tanpa diimbangi perbaikan kualitas bisa jadi konsumen akan berpaling kepada penyedia jasa transportasi lainnya. Begitupun apabila perusahaan memangkas biaya operasionalnya, maka bisa jadi kualitas jasa transportasi yang diberikan juga akan menurun sehingga mempengaruhi loyalitas konsumen. Perusahaan harus benar-benar jeli mengambil keputusan dalam rangka menghadapi permasalahan yang semakin kompleks. Kepuasan konsumen harus tercapai namun juga diimbangi dengan penyesuaian biaya operasionalnya sehingga mencapai pada tingkat optimal.

Industri jasa transportasi yang dipandang sangat dibutuhkan oleh masyarakat pada umumnya karena fungsinya sebagai penopang mobilitas kegiatan masyarakat. Kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi menjadi

alasan kenapa industri ini semakin berkembang secara pesat. Perusahaan harus mampu menjawab kebutuhan konsumen tersebut dengan memberikan kualitas layanan dan keamanan yang mampu memuaskan konsumennya, karena sesungguhnya keberhasilan suatu perusahaan adalah ketika mereka berhasil memuaskan konsumennya untuk kemudian konsumen selalu melakukan pembelian ulang dan mendapatkan profit tentunya.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mengintegrasikan kualitas tidak hanya pada hasil namun juga pada proses dan semua lini yang ada dalam perusahaan. Keberhasilan suatu organisasi termasuk perusahaan penyedia jasa transportasi memerlukan komitmen yang kuat untuk menerapkan desain kualitas setiap lini sehingga hasil yang akan dicapai diharapkan mempunyai kualitas seperti yang diinginkan. Konsep *Total Quality Management* (TQM) adalah konsep yang didalamnya melakukan perbaikan secara terus menerus untuk mengintegrasikan mutu barang dan jasa dengan pemberdayaan karyawan sehingga meningkatkan daya saing perusahaan. TQM merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan secara terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya (Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2000).

Penerapan TQM dalam suatu organisasi diharapkan bahwa seluruh komponen perusahaan terutama karyawan dari semua lini mampu memahami fungsi dan kontribusinya terhadap tujuan perusahaan. Berbeda dengan industri manufaktur, industri jasa cenderung lebih susah dalam pendefinisian kualitas maupun kepuasan pelanggannya. Penentuan standar kualitas pelayanan harus semaksimal mungkin menurut apa keinginan konsumen sehingga perusahaan

harus benar-benar tanggap terhadap apa yang sedang berkembang dalam lingkungan usahanya. Konsep *Total Service Quality Management* (TSQM) dalam perusahaan penyedia jasa transportasi sekiranya bisa diterapkan karena di dalam konsep tersebut berfokus pada keinginan pelanggan, penetapan standar kinerja jasa, dan pemeliharaan antusiasme pelanggan pada segala waktu dan pangsa pasar dengan perbaikan secara terus-menerus tentunya.

Perusahaan penyedia jasa transportasi sebaiknya mempekerjakan dan melatih pekerjanya dengan baik dan benar, karena dalam menerapkan TSQM ini dibutuhkan tenaga yang terampil (*skill*) dan semangat kerja yang tinggi dari seluruh bagian dalam perusahaan. Banyak sekali perusahaan penyedia jasa transportasi darat terutama yang berbentuk Bus. Bagi masyarakat bus merupakan alat transportasi darat yang sudah dikenal sejak dulu. Pada umumnya masyarakat menggunakan bus dikarenakan harganya yang ekonomis dibanding dengan transportasi lainnya. Searah dengan perkembangan zaman, maka konsumen bus pun tidak hanya menilai bus dari segi harga yang murah saja. Lebih daripada itu konsumen mulai mengikut sertakan berbagai aspek dalam menentukan pilihan bus yang akan digunakan seperti kenyamanan bus, fasilitas bus, keamanan, awak bus yang ramah serta sarana pendukung lainnya seperti tempat tunggu kedatangan dan lain sebagainya.

Hubungan antara konsumen dan perusahaan bus harus diupayakan menjadi hubungan yang *mutual* atau kedua belah pihak mencapai keuntungan. Konsumen harus merasa puas atas apa yang dia dapatkan, kepuasan berasal dari produk jasa yang diberikan perusahaan transportasi bus kepada konsumen tersebut. Konsumen mengatakan puas apabila kebutuhannya terpenuhi baik dari

segi kualitas, harga ataupun kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan. Kontrol kualitas harus selalu dilakukan karena kualitas memerlukan perbaikan secara terus-menerus seiring perkembangan pola pikir konsumen terhadap kebutuhannya.

Penelitian ini dilakukan guna menguji pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian pada umumnya yang sama-sama meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, penelitian ini tidak menggunakan 5 dimensi yang biasa digunakan. Kelima dimensi yang biasa digunakan yaitu dimensi kualitas jasa yang diungkapkan oleh Parasuraman (Munjiati, 2000), mencakup: keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), Empati (*Empathy*), jaminan (*Assurance*) dan bukti langsung (*Tangible*). Dimensi mutu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 5 dimensi mutu TSQM (Said Djamaludin, 2004) yaitu : mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif sebagai alat ukur kualitas pelayanan.

Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu (Said Djamaludin, 2004) dengan judul **TQM VIS-À-VIS TSQM SISTEM** (Penelitian pembentukan instrument pengukuran kualitas pelayanan angkutan laut) sebagai acuan. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi instrument mutu dalam TQM yang mampu menganalisis kualitas jasa. Uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen mutu TQM dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat 5 dimensi mutu TQM yaitu: mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif.

Penelitian kedua (Prastowo, 2007) dengan judul **Pengaruh *Total Service Quality Management Terhadap Kepuasan Pelanggan*** (Studi Empiris Pada PT. Kereta Api (Persero) DAOP VI Yogyakarta di Stasiun Tugu Yogyakarta). Penelitian ini dilakukan untuk menguji TSQM terhadap kepuasan pelanggan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen dan 5 dimensi mutu (Said Djamiludin, 2004) yang terdiri dari mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknis, dan mutu interaktif sebagai variabel independennya. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dari 5 dimensi mutu tersebut semuanya berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen kereta api tersebut.

Bus Ramayana merupakan bus yang sudah dikenal oleh kalangan masyarakat Magelang dan sekitarnya termasuk sebagian daerah Yogyakarta. Perusahaan Bus ini tidak hanya melayani jurusan di dalam propinsi saja, namun PO Ramayana juga melayani transportasi antar propinsi yang biasa dikenal dengan sebutan AKAP (Antar Kota Antar Propinsi) yaitu propinsi Jogjakarta, Jakarta, Palembang, dan Jambi. Sejak awal kemunculannya hingga sekarang, banyak perubahan secara signifikan dari Bus Ramayana yang dilakukan oleh manajemen. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan keadaan yang berkembang didunia usaha pertransportasian terutama yang berhubungan dengan pelanggan. Bus Ramayana berusaha berinovatif dari berbagai aspek agar mampu mempertahankan eksistensinya. Inovasi dan perbaikan yang dikembangkan antara lain dengan jadwal keberangkatan yang variatif, kenyamanan kendaraan,

kenyamanan tempat tunggu kedatangan bus, dan ketepatan waktu tempuh serta jaminan keamanan selama perjalanan.

Berdasarkan uraian diatas mengenai konsep TSQM serta salah satu Perusahaan Bus yang terdapat di Magelang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh dimensi-dimensi dalam TSQM terhadap kepuasan pelangga Bus Ramayana. Peneliti memilih obyek penelitian yang berlokasi di Maagelang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam pengumpulan data dari responden karena peneliti berdomisili di Magelang. Berhubungan dengan hal tersebut serta dengan mengingat betapa pentingnya kualitas pelayanan terutama pada bidang jasa transportasi terhadap kepuasan konsumennya agar tetap loyal dan selalu bertambah dengan konsumen baru, maka peneliti akan mengangkat judul : **PENGARUH *TOTAL SERVICE QUALITY MANAGEMENT* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BUS RAMAYANA.**

B. Rumusan Masalah

Operasi jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan operasi manufaktur. Perbedaan yang paling mencolok bahwa produk manufaktur bersifat tahan lama, bersifat fisik, artinya dapat dilihat dengan jelas wujud barang tersebut. Produk jasa tidak berwujud hanya bisa dirasakan, misalnya berbentuk ide, informasi, dan sebagainya (Munjiati, 2000). Diperlukan suatu dimensi mutu untuk memudahkan dalam pengukuran jasa yang telah diterapkan. Berdasarkan latar belakang masalah, penelitian ini merupakan bentuk penelitian replikasi yang menguji pengaruh dimensi mutu TQM terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa dalam penelitian adalah dimensi

mutu TSQM yang terdiri dari dimensi mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif (Said Djameludin, 2004).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh *Total Service Quality Management* (TSQM) yang terdiri dari dimensi mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana?
2. Apakah ada pengaruh dimensi mutu fisik terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana?
3. Apakah ada pengaruh dimensi pendukung mutu fisik terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana?
4. Apakah ada pengaruh dimensi mutu perusahaan/lembaga terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana?
5. Apakah ada pengaruh dimensi mutu teknikal terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana?
6. Apakah ada pengaruh dimensi mutu interaktif terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana?

C. Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh *Total Service Quality Management* (TSQM) yang terdiri dari dimensi mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana.
2. Menguji pengaruh dimensi mutu fisik terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana.

3. Menguji pengaruh dimensi pendukung mutu fisik terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana.
4. Menguji pengaruh dimensi mutu perusahaan/lembaga terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana.
5. Menguji pengaruh dimensi mutu teknikal terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana.
6. Menguji pengaruh dimensi mutu interaktif terhadap kepuasan pelanggan Bus Ramayana.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan memberi kontribusi positif kepada berbagai industri jasa terutama jasa transportasi sebagai masukan dan bahan pertimbangan mengenai penerapan *Total Service Quality Manajemen* (TSQM). Selain itu penelitian ini juga bermanfaat bagi kalangan akademisi sebagai sumbangan pemikiran dan sumber informasi yang dapat dijadikan sebagai pembanding penelitian yang lainnya.