

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Lingkungan bisnis berada dalam masa transisi dari era revolusi industri menuju revolusi informasi dan komunikasi terpicu karena perubahan teknologi (Purwanugraha & Sunarni, 2011). Perubahan teknologi transportasi, teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan paradigma baru pada karakteristik lingkungan bisnis. Lingkungan bisnis menjadi global, kompetitif dan turbulen.

Pada era globalisasi perusahaan jasa dan manufaktur dihadapkan pada lingkungan bisnis yang menantang dan semakin kompetitif (Dilber, 2005). Perusahaan akan bisa bertahan dan bertumbuh dalam lingkungan bisnis yang kompetitif jika mampu menghasilkan *competitive advantage*. Eugenia (2010) mengatakan hal yang mendasari *competitive advantage* adalah kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk dan jasa yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Hal ini disebabkan oleh konsumen adalah *starting point* daripada *end point* pada kesuksesan bisnis (Arumugam & Mojtahedzadeh, 2011).

Lingkungan bisnis yang kompetitif menjadikan perusahaan membuat banyak penawaran terhadap barang dan jasa. Banyaknya penawaran barang dan jasa membuat konsumen lebih selektif dalam memilih barang dan jasa yang berkualitas tinggi. Peningkatan persaingan dan permintaan dengan

kualitas tinggi menyebabkan semakin banyak perusahaan menyadari bahwa mereka harus menyediakan produk/jasa berkualitas tinggi untuk sukses bersaing di pasar (Demirbag, 2006). Apapun ukuran organisasi dan tipe bisnis, manajemen akan menghargai betapa pentingnya kualitas untuk mencapai tujuan dan keberhasilan pada organisasi (Hersh, 2010). Hal ini disebabkan oleh kualitas adalah salah satu aspek yang paling diharapkan oleh konsumen pada semua layanan produk (Gorji, 2011).

Kualitas dapat diartikan kesesuaian dengan tujuan dan kegunaan (*fitness for purpose or use*), kesesuaian dengan yang disyaratkan (*conformance to requirements*) perusahaan maupun konsumen, berbeda dari produk pesaing dan memenuhi harapan konsumen. Penyediaan barang dan jasa yang berkualitas merupakan tantangan dan tuntutan konsumen pada persaingan global. Tuntutan konsumen terhadap kualitas sangat beragam, tergantung pada keinginan (lebih cepat, lebih murah, dan lebih baik), kebutuhan, dan daya beli. Konsumen menilai kualitas barang dan jasa dengan cara membandingkan produk sejenis dan berdasarkan perasaan konsumen. Penilaian kualitas berdasarkan perasaan konsumen inilah yang merupakan tantangan perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan bisnis.

Salah satu sistem yang berorientasi pada kualitas barang dan jasa adalah *total quality management* (TQM). Sejak tahun 1980-an, TQM dianggap sebagai salah satu cara efektif bagi perusahaan untuk meningkatkan *competitive advantage* (Kuei et al., 2001). Penerapan TQM adalah salah satu faktor kesuksesan karena TQM berfokus kepada konsumen, dan melakukan

perbaikan berkesinambungan pada setiap produk, jasa dan proses (Gorji, 2011).

Pencetus TQM, Deming dan Juran menegaskan bahwa memenangkan persaingan bisnis perlu peningkatan kualitas pada produk dan jasa secara berkesinambungan. Peningkatan kualitas tidak hanya bermanfaat pada pengurangan biaya tetapi juga memaksimalkan *profit* bisnis (Ou et al., 2006). Hal ini disebabkan oleh penyediaan barang dan jasa yang berkualitas tinggi akan membuat konsumen puas atas barang dan jasa yang dihasilkan. Kepuasan konsumen merupakan dasar untuk kesuksesan bisnis karena konsumen yang puas akan kembali membeli, loyal dan mengeluarkan kata-kata yang positif dari mulutnya atas barang dan jasa yang telah dikonsumsi (Angelova dan Zekiri, 2011). Kondisi ini meningkatkan pangsa pasar (*market share*) sehingga pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasan & Kerr (2003) menunjukkan bahwa penerapan TQM dapat meningkatkan kinerja perusahaan (*organizational performance*). Kinerja perusahaan mencakup kinerja *financial* dan kinerja *non-financial*. Riset Kaplan & Norton, 1996, 2001; Hoque & James, 2000; Otley, 2003, Henri, 2006 dalam Vineesa & Hoque, 2011 telah menemukan pengukuran kinerja *non-financial* menjadi sangat penting dan relevan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif dan peningkatan permintaan konsumen untuk kualitas jasa (*service quality*). Hasil riset dari peneliti terdahulu membuktikan bahwa pengukuran kinerja *non-financial* mempunyai peran yang signifikan dalam kesuksesan penerapan dan operasi program

TQM (Vineusa & Hoque, 2011). Menurut Vineusa & Hoque (2011) pengukuran kinerja *non-financial* yang dapat digunakan adalah (1) jumlah pesanan yang diterima tepat waktu, (2) jumlah produk cacat yang terdeteksi oleh perusahaan, (3) jumlah produk baru yang diluncurkan di pasaran, (4) desain produk dan perbaikan ketrampilan, (5) waktu penggunaan mesin, (6) hubungan antara sumber daya yang nyata dan estimasi, (7) waktu yang diperlukan untuk mengantarkan produk, (8) klaim dan keluhan konsumen, (9) kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator pada pengukuran kinerja *non-financial*. Kepuasan konsumen terjadi ketika produk dan jasa yang dihasilkan memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Menurut Angelova & Zekiri (2011) kepuasan konsumen adalah hasil akhir yang dirasakan konsumen dari kinerja perusahaan yang telah memenuhi harapan mereka.

Mulai tahun 1990-an, penerapan TQM mulai menjadi budaya, dan mulai tahun 2000 hingga sekarang, manajemen kualitas berkembang luas, tidak hanya diterapkan pada bagian produksi tetapi juga pada seluruh bagian organisasi (Sallis, 26 Maret 2012). Selain perusahaan manufaktur, perusahaan jasa juga menerapkan TQM untuk menghadapi lingkungan yang kompetitif dan turbulen pada era globalisasi saat ini. Namun, penerapan TQM umumnya disesuaikan dengan karakteristik setiap perusahaan.

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang. Perusahaan-perusahaan di Indonesia telah secara aktif melakukan perbaikan-perbaikan

kualitas melalui penerapan TQM untuk dapat memenangkan persaingan global. Demikian juga perusahaan perhotelan telah secara aktif menerapkan TQM untuk perbaikan-perbaikan kualitas. Berdasarkan SK. Menparpostel No.KM 37/ PW.340/MPPT-86, Bab I, pasal 1, ayat (b) tentang Peraturan Usaha dan Pengelolaan Hotel, yang dimaksud hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

Data Depbudpar menunjukkan, bahwa kontribusi pariwisata terhadap PDB nasional terus meningkat sejak tahun 2004. Pada tahun 2004 kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto nasional sebesar 5,01% (<http://kppo.bappenas.go.id/>). Perusahaan perhotelan merupakan salah satu perusahaan yang termasuk industri pariwisata. Oleh karena itu, perusahaan perhotelan merupakan salah satu sumber penghasilan yang menguntungkan dan bagian dari pertumbuhan ekonomi.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), sektor pariwisata merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian daerah. Sampai akhir Agustus 2012, penerimaan pajak telah mencapai 73 persen dari target pendapatan asli daerah (PAD) dari target di anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD) murni Rp 142 miliar. Pajak hotel memasok PAD paling besar. Targetnya Rp 37 miliar, sudah tercapai 90,95% atau 33,6 miliar dan Pelaksana Tugas Kepala Bidang Pajak Daerah Dinas Pajak Daerah dan Pengelolaan Keuangan (DPDPK) kota Yogyakarta Tugiyarto optimis, sampai akhir tahun bakal

meningkat. Jumlah hotel berbintang tahun 2011 di DIY berdasarkan biro pusat statistik ada 42 hotel dan ada beberapa hotel berbintang yang sedang dalam pembangunan. Dengan penambahan jumlah hotel dari tahun ke tahun menunjukkan lingkungan bisnis perhotelan di DIY semakin kompetitif. Lingkungan bisnis yang kompetitif mengharuskan semua hotel berbintang mengutamakan kualitas pelayanan melalui penerapan TQM meskipun dengan level yang berbeda dalam upaya menciptakan kepuasan konsumen. Dimungkinkan ada hotel telah jauh dalam penerapan TQM dan ada pula hotel yang baru menerapkan TQM.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini akan dilakukan penelitian tentang pengaruh penerapan *total quality management* terhadap kepuasan konsumen pada hotel berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta.

## 1.2 Rumusan Masalah

Penelitian yang dilakukan oleh Adi dan Fajarwati pada jasa kereta api menunjukkan bahwa penerapan TQM berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan TQM tidak hanya bisa diterapkan pada perusahaan manufaktur tetapi juga bisa diterapkan pada perusahaan jasa. Industri perhotelan merupakan industri yang bergerak di sektor jasa sedangkan industri hotel di DIY merupakan salah satu penyumbang pajak paling besar pada PAD.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

Apakah penerapan *total quality management* (TQM) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada hotel berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *total quality management* (TQM) terhadap kepuasan konsumen pada hotel berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

#### 1. Industri Perhotelan

Hasil penelitian ini memberikan informasi kepada industri perhotelan tentang penerapan TQM terhadap kepuasan konsumen dan memberikan informasi mengenai kualitas jasa yang perlu ditingkatkan lagi agar memenuhi harapan konsumen.

#### 2. Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam membuat kebijakan-kebijakan pada industri perhotelan mengenai pentingnya penerapan TQM. Hasil kebijakan ini diharapkan dapat mendorong pemerintah untuk turut ikut serta dalam mengawasi kualitas jasa dan penerapan TQM pada industri perhotelan. Sehingga dengan kualitas yang bagus maka konsumen akan puas dan secara berkesinambungan akan meningkatkan perekonomian daerah.

### 3. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi akademisi mengenai pengaruh penerapan TQM terhadap kepuasan konsumen sehingga akademisi mampu berperan serta dalam mendorong *policy maker* dalam membuat kebijakan.

#### 1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah hotel berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Hotel berbintang dimulai dari bintang 1-5 tetapi dalam analisa tidak akan dilakukan penggolongan hotel menurut bintangnya
3. Pengukuran *Total Quality Management* (TQM) dibatasi pada variabel yang dikembangkan oleh Wang et al. (2012) yaitu fokus pada konsumen, kerjasama internal dan eksternal, perbaikan berkesinambungan, kepemimpinan, pemenuhan karyawan (*employee fulfillment*), pembelajaran, dan manajemen proses.
4. Pengukuran kepuasan konsumen dibatasi pada 5 dimensi yang dikembangkan oleh Karunaratne & Jayawardena (2010) yaitu berwujud (*tangibility*), keandalan, *responsif*, kepastian, dan empati.

#### 1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi dibagi menjadi lima bab, dengan rincian sebagai berikut:



## Bab I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

## Bab II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi pembahas mengenai teori-teori yang berhubungan dengan topik penelitian, yaitu mengenai pengertian TQM, prinsip utama TQM, komponen TQM, manfaat TQM, faktor-faktor yang dapat menyebabkan kegagalan TQM, pengertian kualitas, dimensi kualitas, pengertian kepuasan konsumen, dimensi kepuasan konsumen.

## Bab III METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup dan menjelaskan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, teknik analisis data.

## Bab IV ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum responden dan data-data yang berkaitan dengan jawaban responden terhadap variabel penelitian yaitu TQM dan kepuasan konsumen. Selanjutnya disajikan hasil analisis regresi untuk mengetahui pengaruh penerapan TQM terhadap kepuasan konsumen.

## Bab V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, dan saran.