

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kualitas merupakan kemampuan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya ( Heizer, Render, 2009), lalu peran penting dari kualitas untuk perusahaan ialah menyangkut masalah reputasi perusahaan, menciptakan keunggulan produk atau jasa dari perusahaan tersebut, dan juga menjadi keunggulan bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya yang ada di pasaran. Maka dari itu jika suatu perusahaan dapat membuat serta menjaga kualitas dari produk atau jasanya, secara tidak langsung akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dengan kualitas yang di berikan oleh perusahaan, sehingga para konsumen akan dapat menjadi loyalitas, maupun lebih loyalitas lagi dengan perusahaan tersebut.

Peran penting dari penelitian kualitas layanan itu sendiri, selama beberapa tahun ini telah dirasakan oleh berbagai perusahaan, sehingga perusahaan – perusahaan yang merasa penelitian ini perlu di lakukan akhirnya melakukan penelitian tersebut. Menurut (*Grönross*) mendefinisikan kualitas layanan sebagai "penilaian umum atau sikap terhadap layanan itu hasil dari perbandingan harapan dengan persepsi klien tentang aktual kinerja layanan ". Perusahaan apa saja yang telah melakukan penelitian ini, yaitu 18 perusahaan akuntansi dan audit, 19 perusahaan perbankan, 20 perusahaan kesehatan spa, 21 perguruan tinggi,

22 hotel, 23 perusahaan sistem informasi, 24 layanan perpustakaan, 25 perusahaan transportasi publik, 26 restaurant, 27 perusahaan biro perjalanan, dan yang terakhir adalah 28 situs web (Markovic, 2014). Dari jumlah banyaknya perusahaan yang telah melakukan penelitian ini, kita bisa melihat bahwa penelitian mengenai kualitas pelayanan memang amat penting untuk dilakukan di suatu perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan dari pelanggannya (kosumen).

Diskusi pertama tentang topik kualitas layanan dalam domain manajemen operasi layanan ditulis oleh ( Sasser, Olsen dan Wyckoffs ) pada akhir tahun tujuh puluhan abad ke dua puluh. Pada awal tahun delapan puluhan, semakin banyak penulis mulai mengambil subjek ini dan dalam konteks ini definisi yang berbeda dari kualitas layanan pun muncul. Berdasarkan banyaknya definisi yang ada mengenai kualitas pelayanan, yang paling dikutip adalah yang di berikan oleh ( Parasuraman et al., 1988) dalam ( Markovic, 2014) model mereka untuk pengukuran kualitas layanan yang bernama *servqual*. Mereka mendefinisikan kualitas layanan sebagai perbedaan, atau kesenjangan antara ekspektasi layanan dan kinerja layanan yang sebenarnya. Untuk mengetahui seberapa besar pentingnya kualitas pelayanan, maka penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggannya.

Manajemen Kualitas adalah sekumpulan kegiatan manajerial seperti merencanakan kualitas, mengorganisasi kualitas, mengkoordinasi kualitas, mengendalikan dan mengevaluasi kualitas yang dilakukan oleh setiap fungsi manajemen yang ada dalam organisasi untuk meningkatkan kinerja dalam artian kualitas kerja (Poerwanto, 2012). Maka di dalam perusahaan harus memiliki sistem manajemen

kualitas yang baik, agar perusahaan dapat menjalankan semua kegiatan operasional dengan baik dan sesuai harapan ataupun tujuan dari perusahaan itu sendiri.

Menurut Pubeemmanaomi (2012) manajemen kualitas sangat penting bagi suatu perusahaan. Dalam perusahaan, manajemen kualitas digunakan untuk memenuhi selera konsumen sesuai dengan perkembangan jaman. Manajemen kualitas dapat diterapkan pada barang maupun jasa, karena yang ditekankan pada manajemen kualitas adalah peningkatan sistem kualitas. Dalam manajemen kualitas, ada beberapa faktor pendukung kepuasan pelanggan terhadap barang dan jasa, yaitu:

Barang Jasa

- Awet / durability / tahan lama – Pelayanan
- Fiture – Komunikasi
- Performance – Kepercayaan
- Serviceability / mudah diperbaiki – Keamanan
- Akses / mudah didapat – Tangible / berwujud

Manajemen kualitas digunakan juga untuk terus mengembangkan produk dalam suatu perusahaan. Mulai dari perusahaan harus mengetahui selera konsumen, membuat inovasi baru, ataupun memperbaiki produk lama menjadi beserta proses produksi yang ada saat ini. Ada 5 hal yang harus diperhatikan dalam pengembangan Sistem Manajemen Kualitas

:

1. Fokus Pelanggan
2. Keterlibatan total
3. Tolak ukur
4. Dukungan sistematis
5. Peningkatan terus menerus

Dari penjelasan diatas mengenai pentingnya manajemen kualitas dalam suatu perusahaan. Dapat di mengerti bahwa manajemen kualitas merupakan faktor sangat penting dalam suatu perusahaan, termasuk perusahaan jasa yang salah satunya adalah tempat *gym* dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan tersebut. Kegiatan operasional di dalam manajemen kualitas itu sendiri adalah merencanakan kualitas, mengorganisasi kualitas, mengkoordinasi kualitas, mengendalikan dan mengevaluasi kualitas yang dilakukan oleh setiap fungsi manajemen yang ada dalam organisasi, untuk meningkatkan kinerja dalam artian kualitas kerja (Poerwanto, 2012). Dikarnakan hal ini penting, maka perlu dilakukan sebuah evaluasi mengenai kualitas itu sendiri di dalam perusahaan *gym* tersebut. Evaluasi ini menggunakan metode *servqual* untuk dapat mengetahui bagaimana kualitas layanan dari tempat *gym* tersebut terhadap para konsumennya.

Metode *servqual* adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Cara ini mulai dikembangkan pada tahun 1980-an oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry, dan telah digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa. Dengan kuesioner ini,

kita bisa mengetahui seberapa besar celah (*gap*) yang ada di antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa. Kuesioner *servqual* dapat diubah-ubah (d disesuaikan) agar cocok dengan industri jasa yang berbeda-beda pula (misalnya bank, restoran, atau perusahaan telekomunikasi).

*Gym* atau *fitness* merupakan salah satu cabang olahraga ataupun kebugaran badan yang sudah ada sejak lama. Keberadaan *gym* itu sendiri awalnya adalah tempat yang memberikan fasilitas untuk latihan fisik seperti angkat besi dan beladiri, bahkan hanya dikhususkan pada prestasi binaragawan. Namun seiring berkembangnya zaman, tempat ini juga dapat digunakan untuk orang yang ingin melakukan kegiatan fisik lainnya, maka pada saat ini sudah banyak sekali tempat-tempat *gym* yang sudah didirikan dari tempat *gym* khusus pria atau wanita dan juga tempat *gym* campur pria serta wanita. Banyaknya tempat *gym* yang sudah ada pada saat ini maka setiap tempat *gym* akan bersama – sama bersaing untuk mendapatkan pelanggan ( konsumen ) agar mereka dapat bergabung menjadi anggota *gym* di tempat tersebut. Untuk mendapatkan banyak pelanggannya tempat *gym* haruslah memberikan kualitas pelayanan yang baik. Salah satu faktor penting tempat *gym* untuk dapat memuaskan serta memiliki pelanggan yang banyak yaitu dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik. Karena kualitas merupakan keseluruhan dan karakteristik produk atau jasa yang mampu memuaskan kebutuhan yang tampak atau samar menurut ( Heizer, Render , 2009).

## 1.2. Rumusan Masalah

Manajemen Kualitas adalah sekumpulan kegiatan manajerial seperti merencanakan kualitas, mengorganisasi kualitas, mengkoordinasi kualitas, mengendalikan dan mengevaluasi kualitas yang dilakukan oleh setiap fungsi manajemen yang ada dalam organisasi untuk meningkatkan kinerja dalam artian kualitas kerja (Poerwanto, 2012). Arti kualitas sendiri adalah kemampuan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan *pelanggannya* ( Heizer, Render, 2009 ), lalu peran penting dari kualitas untuk perusahaan ialah menyangkut masalah reputasi perusahaan, menciptakan keunggulan produk atau jasa dari perusahaan tersebut, dan juga menjadi keunggulan bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya yang ada di pasaran. Maka dari itu jika suatu perusahaan dapat membuat serta menjaga kualitas dari produk atau jasanya, secara tidak langsung akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dengan kualitas yang di berikan oleh perusahaan, sehingga para konsumen akan dapat menjadi loyalitas, maupun lebih loyalitas lagi dengan perusahaan tersebut.

Walaupun pertumbuhan penelitian yang berfokus pada analisa kinerja manajemen kualitas sangat tinggi, tetapi penelitian yang berfokus pada sektor jasa masih terbatas ( Markovic, Krnetic, Monika, 2014). Maka dari itu penelitian ini menyelidiki perbedaan antara persepsi pelanggan dan harapan yang dikonsumsi layanan di tempat gym, serta tingkat kepuasan pelanggan dengan dimensi pada metode *servqual*. Maka rumusan

masalahnya ialah, menyelidiki apakah ada perbedaan antara kinerja dan harapan dari kualitas pelayanan dengan metode *servqual* melalui dimensi – dimensinya.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara kinerja dan harapan sehingga mengetahui tingkat kepuasan konsumen di tempat *gym* dengan metode *servqual* melalui dimensi – dimensinya.

### **1.4. Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini dapat berjalan dengan efektif serta efisien maka penelitian ini hanya dilakukan di 1 tempat *gym / fitness* yang ada di Purwokerto, dengan jumlah responden sebanyak 150.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini akan dapat digunakan oleh pihak *gym / fitness* untuk memperbaharui ataupun menambahkan kualitas layanan menjadi lebih baik lagi. Maka dengan melakukan penelitian tersebut, tempat *gym* yang bersangkutan dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen sehingga dapat menjadi lebih loyal dengan kualitas layanan yang diberikan oleh tempat *gym / fitness* tersebut.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan tugas akhir skripsi dapat dijabarkan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan diuraikan hal-hal sebagai berikut : latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian, penelitian terdahulu, model kerangka penelitian, dan pengembangan hipotesis.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini akan diuraikan hal-hal sebagai berikut : pendekatan penelitian, populasi penelitian dan sampel penelitian, metode penelitian dan instrumen penelitian, uji instrumen, definisi operasional dan ruang lingkup variabel, dan metode analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil analisis data dan pembahasan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh, selanjutnya bab ini juga diuraikan mengenai keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya serta implikasi manajerial yang bermanfaat bagi perusahaan.

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

