

**STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS DAN PEMBINAAN
SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PT. BATIK DANAR HADI
DI SURAKARTA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna mencapai derajat Sarjana S-1
Pendidikan Ekonomi Akuntansi



Oleh :

LINA WIDYAWATI
A. 210 030 029

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2008

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, manusia dituntut untuk bisa bersaing dalam semua aspek dan juga bisa melakukan perubahan untuk menuju ke arah perbaikan. Hal ini juga dalam bidang industri yang mengalami banyak kemajuan dalam perekonomian di Indonesia. Pembangunan dalam bidang industri, sangat pesat perkembangannya dan telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan manusia.

Banyaknya perubahan yang terjadi, tidak begitu saja lepas dari peran manusia sebagai penentu suksesnya sebuah perusahaan. Hal ini dikarenakan bahwa manusialah satu-satunya sumber utama dari suatu perusahaan yang tidak bisa digantikan oleh teknologi lainnya walaupun sarana dan fasilitas pendukungnya sangat lengkap, namun hal tersebut tidak akan mempunyai arti apapun tanpa adanya manusia yang mengatur, menggunakan dan memeliharanya,

As'ad (1998) menyatakan suatu perusahaan akan dapat suatu hasil yang optimal apabila didalamnya terdapat suatu kepemimpinan yang baik dan efektif serta didukung dengan budaya yang baik pula sehingga hal ini akan dapat meningkatkan kinerja karyawan dan secara otomatis berimbas pula pada peningkatan kinerja organisasi.

Dengan berkembangnya organisasi perusahaan maka masalah yang akan dihadapi pemimpin perusahaan menjadi lebih rumit dan ruang lingkupnya

semakin luas. Hal ini menimbulkan keterbatasan pimpinan didalam melakukan fungsi pengendali (*controlling*) terhadap berbagai aktivitas menjadi tugas dan tanggung jawabnya memberikan peluang positif dalam memberi kesempatan kerja bagi Sumber Daya Manusia (SDM) untuk mampu memanfaatkan sekecil apapun peluang yang terbuka, semakin maraknya pasar dan kompetisi, terjadinya relokasi bagi sebagian atau seluruh proses produksi barang dan jasa tertentu yang berasal dari negara lain ke wilayah Indonesia atau sebaliknya.

Dengan demikian arus barang jasa tenaga kerja bebas tanpa hambatan antara negara, bahkan sumber daya ekonomi seperti, modal, tenaga kerja dan teknologi akan mengalir pesat di berbagai wilayah ekonomi. Globalisasi memberikan masalah atau berdampak negatif dalam arti pasangan yang sangat ketat, tajam wasana yang sangat mudah meledak, apabila Sumber Daya Manusia (SDM) dan dunia usaha bisnis tidak siap atau tidak memiliki nilai jual untuk menghadapi tantangan yang akan terjadi. Agar pemimpin atau pengelola perusahaan dapat merencanakan dan mengendalikan berbagai aktivitas itu, maka diperlukan suatu sistem informasi yang dapat membantu pengelola dalam pengambilan keputusan. Pengelola dari pemimpin tertinggi, sampai bagian operasional yang bertanggung jawab dalam mencapai tujuan di suatu bagian organisasi (misal: divisi atau departemen) tertentu.

Menurut Berman dan Evans Setyawan (2004: 27) ada beberapa hal yang membuat industri penting untuk di pelajari yaitu: pertama, implikasi dalam perekonomian global. Daya serap tenaga kerja dalam perusahaan menjadi kunci perekonomian global. Kedua, fungsi Sumber Daya Manusia (SDM) berfungsi

menjadi penghubung antara final customer, dengan *manufacture who sales*. Ketiga hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.

Industri saat ini berusaha menemukan strategi pemasaran baru guna menarik dan mempertahankan pelanggan dengan menawarkan lokasi yang dekat, jenis produk yang unik, dan pelayanan yang baik, seperti halnya semua perusahaan harus menyiapkan rencana pemasaran meliputi keputusan mengenai pasar sasaran, pasar pengolahan produk, pelayanan produk, dan suasana perusahaan.

Perusahaan merupakan salah satu jenis saluran industri jasa yang sejenis industri *manufacture*, hal ini menyebabkan kesukaran dalam mengukur kinerja industri batik. Alat pengukuran kinerja jasa dikembangkan oleh Parasurama (1998: 147) untuk mengukur kepuasan pelanggan perusahaan jasa yaitu SERVQUAL (*service quality*), pemberian atau pelayanan. Perusahaan batik mungkin dapat mengalami kegagalan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan apabila perusahaan tidak mengetahui bentuk layanan yang sebenarnya diinginkan pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan suatu kualitas pelayanan suatu perusahaan eceran mungkin akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang kemudian menciptakan minat bagi pelanggan untuk melakukan pembelian di perusahaan eceran tersebut (Setyawan dan Ihwan, 2004: 77)

Pada saat mendengar kata pelanggan, kebanyakan orang mengasosiasikannya dengan pembeli, sehingga pengertian ini menjadi sempit. Kata pelanggan memiliki arti yang jauh lebih luas karena mencakup mereka yang

memperoleh manfaat dari suatu kegiatan baik produksi atau jasa. Pelayanan atau jasa disini adalah pelayanan para karyawan perusahaan batik yang sangat menentukan kepuasan pelanggan dengan kinerja para karyawan, karyawan harus memperhatikan faktor-faktor strategis yang mendukung kinerja agar sesuai harapan para pelanggan.

Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan untuk membentuk kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan (Parasurama dkk, 1991: 240). Kepuasan konsumen dalam bisnis perusahaan batik dapat diukur dari kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan tentang produk yang akan diterima.

Persepsi adalah suatu proses penataan dan penerjemah pesan-pesan seseorang tentang lingkungan dimana ia berada harapan pelanggan mempunyai dua pengertian pertama apa yang pelanggan yakini yang akan terjadi pada saat layanan disampaikan. Kedua apa yang diinginkan pelanggan untuk terjadi (harapan). Persepsi pelanggan melalui mutu suatu jasa dan kepuasan menyeluruh. Istilah kepuasan pelanggan dan persepsi mutu merupakan label yang kita pergunakan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau benda yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa.

Adapun model lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa yaitu (1). Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. (2). Manajemen tidak selalu memahami persepsi manajemen dan

spesifikasi kualitas jasa. (3). Manajemen mungkin standar pelaksanaan yang spesifik. (4). Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. (5). Para personel mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan. Pelayanan atau jasa adalah suatu perbuatan dimana seseorang atau suatu kelompok menawarkan pada kelompok/orang lain sesuatu yang pada dasarnya tidak berwujud dan produknya berkaitan atau tidak berkaitan dengan fisik produk (Kolter, 2000: 408) jasa adalah suatu yang dapat didenifikasikan secara terpisah, tidak terwujud, dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dimana jasa dapat dihasilkan dengan benda-benda terwujud atau tidak dimana jasa dapat dihasilkan benda-benda terwujud atau tidak. Dengan demikian, jelas bahwa perusahaan dapat dikategorikan sebagai suatu lembaga yang termasuk kategori pemberi pelayanan jasa pada konsumen, dalam hal ini pelanggan.

Dari batasan tersebut di atas dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah usaha atau kegiatan yang dilakukan sesuatu yang tidak terwujud tidak dapat dilihat dan diraba namun dapat dinikmati keluasan dari usaha ini. Mutu barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh sejauh mana manager dalam organisasi yang bersangkutan mampu menjalankan fungsi-fungsi managerialnya, mulai dari penentuan tujuan dan berbagai sasaran, perumusan pemeliharaan hubungan *stake holder* seperti para pemilik modal, para

karyawan, para distributor agen, para konsumen barang atau jasa yang dihasilkan oleh organisasi tersebut.

Berhasil atau tidaknya usaha meningkatkan minat pelanggan pada suatu perusahaan banyak dipengaruhi oleh Sumber Daya Manusia karyawan, dapat memperoleh pengalaman dan ketrampilan kerja sekaligus menerapkannya di tempat mereka bekerja perusahaan yang memiliki tingkat produktivitas kerja tinggi berarti akan melaksanakan proses pemasaran pada tingkat tinggi pula.

Semakin rendahnya minat pelanggan dalam mengunjungi atau berbelanja pada perusahaan swalayan tertentu disebabkan karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan tidak seperti yang diharapkan oleh para karyawan. Bisa juga karena kualitas atau mutu barang yang dijual di perusahaan tersebut berada dibawah harapan para pelanggan.

Pentingnya strategi peningkatan kualitas dan pembinaan Sumber Daya Manusia perlu terus dilakukan dan ditingkatkan peranannya dalam upaya mempertahankan pelanggan. Dengan peningkatan kualitas dan peningkatan Sumber Daya Manusia segera langsung akan mendorong organisasi dalam mencapai tujuannya. Jika tujuan perusahaan tercapai berarti akan memacu kemampuan perusahaan swalayan dalam bertahan dalam persaingan yang semakin ketat ini.

Pembinaan Sumber Daya Manusia perlu terus menerus dilakukan untuk mengantisipasi perkembangan jaman yang senantiasa menuntut perubahan yang terus-menerus dilakukan oleh manajemen dengan tujuan akhirnya adalah menjawab kebutuhan dari pelanggan yang semakin beragam pula. Jika

pembinaan Sumber Daya Manusia terus-menerus dilakukan berarti akan mempengaruhi dalam peningkatan kepuasan pelanggan yang jika hal ini sebaliknya dilakukan maka akan berakibat pada penurunan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas dalam penelitian ini dapat diambil judul "STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS DAN PEMBINAAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. BATIK DANAR HADI DI SURAKARTA".

B. Perumusan Masalah

Menurut Tucman dalam Sugiono (2003: 281) "Perumusan masalah yang baik adalah yang menyatakan hubungan antara variabel lebih". Menurut penulis tidak harus dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya, atau alternatif yang secara implisit mengandung pertanyaan. Berdasarkan teori di atas maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah strategi peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Batik Danar Hadi di Surakarta?
2. Apakah strategi pembinaan Sumber Daya Manusia berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Batik Danar Hadi di Surakarta?
3. Apakah strategi peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia dan pembinaan sumber daya manusia berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Batik Danar Hadi di Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan pijakan untuk merealisasikan aktivitas yang akan dilaksanakan sehingga perlu dirumuskan secara jelas adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Batik Danar Hadi di Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi pembinaan Sumber Daya Manusia terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Danar Hadi Di Surakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia dan strategi pembinaan Sumber Daya Manusia terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Danar Hadi di Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam strategi peningkatan kualitas dan strategi pembinaan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Penulis

Untuk melatih diri dalam menerapkan Ilmu Pengetahuan dan realitas ketika suatu saat terjun ke lapangan pekerjaan nantinya.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, bilamana ingin mengadakan penelitian pada masalah yang sama.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang konsep strategi peningkatan kualitas sumber daya manusia, strategi pembinaan sumber daya manusia, kepuasan pelanggan kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Untuk bab ini mengupas tentang obyek penelitian, populasi, Sampel, sampling, teknik pengolahan data, uji instrumen, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini tentang gambaran perusahaan, penyajian data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP DAN KESIMPULAN

Pada bab ini terdiri dari dua hal yaitu kesimpulan dan saran.