

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berlakunya *Asean Free Trade Area (AFTA)* menyebabkan perusahaan di setiap negara khususnya di wilayah *ASEAN* dihadapkan pada situasi persaingan global. Globalisasi yang kini kita hadapi menimbulkan dampak tersendiri dalam tatanan perekonomian pada seluruh lapisan masyarakat. Sebagai konsekuensi kita harus menghadapi perkembangan era global tersebut secara bijak dan jeli. Untuk itu kita harus dapat memanfaatkan perkembangan tersebut menjadi sebuah keuntungan agar tidak tergilas oleh kemajuan dan tuntutan global.

Ciri utama yang dituntut oleh era global adalah adanya iklim kompetitif yang makin tajam dengan mengabaikan faktor-faktor proteksi. Langkah mutlak yang harus disiasati untuk menghadapi perkembangan tersebut adalah dengan meningkatkan kualitas. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam bisnisnya agar bisa bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung di bidang yang sama.

Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan pada benak konsumen. Dengan demikian, perusahaan harus

melakukan berbagai upaya dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan tersebut adalah dengan meningkatkan kualitas terhadap barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

TQM merupakan suatu pendekatan yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperbaiki mutu produk, meningkatkan produktivitas, dan menekankan produksi. *TQM* mencoba meningkatkan daya saing perusahaan melalui perbaikan secara terus menerus terhadap produk, tenaga kerja, proses, dan lingkungannya (Nasution, 2001:108). *TQM* bukan merupakan tujuan akhir perusahaan atau organisasi, melainkan suatu cara untuk mencapai sasaran organisasi.

Salah satu sasaran perusahaan adalah meningkatkan produktivitas perusahaan. Dalam filosofi *TQM*, kontrol kualitas adalah aktifitas terus menerus (*on going*) di seluruh siklus proses yang berfokus pada pemahaman penyebab masalah dan berusaha mengurangi atau menghilangkan dampaknya dalam bentuk yang paling efektif.

Dasar pemikiran perlunya penerapan *TQM* adalah agar perusahaan dapat bersaing dan unggul dalam persaingan global dengan menghasilkan kualitas terbaik. Untuk menghasilkan kualitas terbaik diperlukan upaya perbaikan bersinambungan terhadap kemampuan manusia, proses, dan lingkungan.

TQM merupakan cara terbaik agar dapat memperbaiki serta memberdayakan karyawan sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan

(Goetsch, 1994:34). *TQM* berfokus pada pelanggan karena pada dasarnya kinerja perusahaan memang dapat dinilai dari berbagai aspek, baik keuangan maupun non-keuangan yang dapat dijadikan kriteria penilaian bagi keberhasilan perusahaan.

Bisnis jasa perdagangan merupakan salah satu bisnis yang sangat menjanjikan di kawasan pedesaan maupun perkotaan (Hurriyati, 2005:56). Penyediaan barang konsumen merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Usaha seperti ini sering disebut dengan ritel atau pengecer, yaitu salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Oleh karena itu perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan pelanggannya.

Kualitas pelayanan merupakan kunci kesuksesan suatu perusahaan terutama di bidang ritel. Kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing perusahaan dan untuk kelangsungan hidup perusahaan tersebut (Sutisna, 2001:63). Oleh karena itu kualitas pelayanan harus menjadi perhatian utama perusahaan.

Dewasa ini perkembangan bisnis ritel di Indonesia menunjukkan tren sangat positif. Hal ini ditunjukkan dengan selalu meningkatnya jumlah minimarket dari tahun ke tahun. Persaingan yang ketat di bisnis ritel menuntut bisnis ritel domestik dikelola secara profesional agar mampu

bersaing dalam melayani konsumen. Oleh karena itu diperlukan strategi jitu untuk merebut hati konsumen dengan memperhatikan kualitas pelayanan, kebijakan harga, dan kepuasan konsumen agar konsumen dapat loyal terhadap perusahaan.

Kota Surakarta terutama di wilayah kecamatan Kartasura merupakan salah satu daerah yang mempunyai persaingan yang cukup ketat dalam bidang ritel seperti minimarket. Indomaret merupakan salah satu bisnis ritel yang ikut bersaing yang mempunyai visi menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka di Indonesia yang dimiliki oleh masyarakat luas.

Banyaknya model perdagangan yang ada di wilayah kecamatan Kartasura tentunya menumbuhkan persaingan yang ketat antara satu perusahaan dengan perusahaan lain. Hal yang dapat ditempuh oleh pihak manajemen Indomart supaya melakukan cara untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang ada bahkan dengan cara memperluas pangsa pasar mereka.

Adanya persaingan serta tuntutan dari pelanggan menuntut pihak manajemen Indomart untuk mampu beradaptasi terhadap persaingan serta tuntutan pelanggan. Pelanggan yang berpendapatan tinggi serta mengedepankan *prestige* membutuhkan pelayanan yang baik serta fasilitas yang lengkap dan nyaman. Artinya, mereka membutuhkan kualitas pelayanan yang memuaskan, *personal service* yang sopan, ramah serta profesional. Oleh karena itu perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan dapat memuaskan pelanggannya.

Dengan mengetahui kepuasan pelanggan pihak manajemen akan dapat dengan mudah mengevaluasi kinerjanya. Kepuasan pelanggan tercapai apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan terpenuhi.

Dengan adanya perbaikan fasilitas serta pelayanan yang merupakan implementasi dari *TQM*, maka dapat dilihat perubahan jumlah pengunjung dan jumlah pembelian dari tahun ke tahun. Jumlah pengunjung dan jumlah pembelian meningkat merupakan indikator bahwa pelanggan mendapatkan kepuasan dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis bermaksud untuk mengadakan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang merupakan dampak dari penerapan *TQM*. Penelitian ini berjudul “PENGARUH PENERAPAN *TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM)* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA INDOMART SEKECAMATAN KARTASURA.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel fokus pada pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomart di wilayah kecamatan Kartasura?
2. Apakah variabel obsesi terhadap kualitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomart di wilayah kecamatan Kartasura?
3. Apakah variabel kerjasama tim (*teamwork*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomart di wilayah kecamatan Kartasura?

4. Apakah variabel keterlibatan dan pemberdayaan karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomart di wilayah kecamatan Kartasura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis apakah variabel fokus pada pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomart di wilayah kecamatan Kartasura.
2. Untuk menganalisis apakah variabel obsesi terhadap kualitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomart di wilayah kecamatan Kartasura.
3. Untuk menganalisis apakah variabel kerjasama tim (*teamwork*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomart di wilayah kecamatan Kartasura.
4. Untuk menganalisis apakah variabel keterlibatan dan pemberdayaan karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomart di wilayah kecamatan Kartasura.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan khususnya yang ada kaitannya dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.
- b. Dapat berguna dalam ilmu pengetahuan dan pihak-pihak yang membutuhkan, serta sebagai bahan pertimbangan, perbandingan, dan penyempurnaan bagi penelitian selanjutnya yang menaruh perhatian pada *TQM*.

2. Manfaat praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan usaha untuk meningkatkan *TQM*.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk memperoleh tambahan pengetahuan tentang pentingnya *TQM*.

c. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang serta memberikan wacana baru khususnya mengenai *TQM*.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memberikan gambaran secara menyeluruh dalam penelitian ini penulis membaginya ke dalam lima bab pembahasan, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi atas latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab kedua ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka teoritis, dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi, sampel, metode pengambilan sampel, data dan sumber data, pengumpulan data, definisi variabel dan pengukuran variabel, serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil pelaksanaan penelitian yang meliputi pengujian kualitas data, pengujian asumsi klasik, pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil analisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dalam penelitian yang terdiri dari simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.