BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sektor jasa transportasi merupakan sektor jasa yang dipandang sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Pada masa sekarang persaingan di sektor ini dirasa semakin tajam, hal ini dibuktikan dengan banyaknya sektor jasa transportasi yang menawarkan pelayanannya terhadap konsumen. Penawaran jasa tersebut dapat kita liat dengan banyaknya perusahaan baru yang berkecimpung di sektor jasa.

Mencapai keunggulan kompetitif sebuah industri jasa transportasi diperlukan upaya manajemen untuk meningkatkan kualitas layanan jasa sesuai pasar yang dituju. Dengan peningkatan kualitas layanan jasa, diharapkan mampu menarik minat konsumen jasa yang ditawarkan. Ketika konsumen menghadapi suatu pilihan dimana dia harus memutuskan akan memilih suatu produk layanan jasa transportasi, maka dia akan cenderung melihat kualitas, fasilitas dan kemudahan apa yg tersedia, harga jasa yang diberikan dan pelayanan yang diberikan terhadap konsumennya.

Dewasa ini persaingan bisnis dalam sektor jasa transportasi perlu menjadi perhatian bagi perusahaan. Hal ini disebabkan persaingan bisnis transportasi sangat tajam yang dapat dilihat dari segi efektivitas, dalam arti selamat, aksesibilitas tinggi, terpadu, kapasitas mencukupi, teratur, lancar dan

transportasi. Oleh karena itu, pengembangan transportasi sangat penting artinya dalam menunjang dan menggerakkan dinamika pembangunan, karena transportasi berfungsi sebagai pendukung pertumbuhan ekonomi dan pengembangan wilayah. Salah satu jasa transportasi yang saat ini sangat berkembang dan diminati adalah transportasi udara. Transportasi udara mempunyai fungsi ganda, yaitu sebagai unsur penunjang dan unsur pendorong. Peran transportasi udara sebagai unsur penunjang dapat dilihat dari kemampuan dalam menyediakan jasa transportasi yang efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan sektor lain, sekaligus juga berperan dalam menggerakkan dinamika pembangunan.

Keberadaan transportasi udara saat ini menghadapi persaingan yang tajam, yang ditunjukkan oleh semakin maraknya penerbangan di Indonesia. Bagi perusahaan transportasi udara, bisa bersaing dengan penerbangan lainnya yang sudah terbukti bahwa perusahaan lebih mengutamakan kualitas Pelanggan. Untuk itu dibutuhkan perusahaan penerbangan dalam model dari *total service quality* TQS yaitu model yang menggambarkan bagaimana kualitas pelayanan *(total service quality)* diterima oleh konsumen. Dalam teori, kondisi *service quality* ini akan menghasilkan keunggulan bersaing perusahaan melalui pembelian berulang oleh konsumen, peningkatan pangsa pasar, dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan bagi perusahaan penerbangan maupun konsumen *(Tjiptono, Fandy & Anastasia D., 2000).*

Konsep kepuasan jasa sering disebut dengan *Total Service Quality*

penting bagi maskapai penerbangan, karena besar pengaruhnya terhadap keberhasilan perusahaan dan *tingkat produksi.* Pelayanan yang baik membuat pelanggan merasa puas, sehingga timbul loyalitas yang tinggi, dan kemungkinan besar akan menarik pelanggan lain yang potensial, dan pada gilirannya dapat meningkatkan pangsa pasar.

Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin satis yang artinya cukup baik, memadai dan facio artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Dalam bukunya *Richard L Oliver (1997)* berjudul *statisfaction : A. Behavioral Perspective On the Custumer* menyatakan bahwa semua orang mengetahui apa itu kepuasan, tetapi begitu diminta untuk mendefinisikannya, kelihatan tak seorang pun tahu. Ada beberapa metode yang biasa dipergunakan untuk mengukur dan memantau kualitas pelanggan dan pelanggan pesaing *(Tjiptono, 2004).* Dalam buku pengukuran tingkat kepuasan pelanggan menyatakan bahwa pelanggan harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal tersebut akan menyebabkan penurunan penjualan. Tingkat kepuasan pelanggan tergantung pada mutu suatu barang atau jasa (*Supranto.j, 2006*) suatu produk dikatakan bermutu bagi pelanggan jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

Total Service Quality Management (TSQM) diyakini oleh banyak orang sebagai upaya untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, tenaga kerja, proses dan

lingkungannya *(Hardjosoedarmo 2006).* Cara terbaik untuk memperbaiki kemampuan komponen-komponen sumber daya manusia, proses, dan lingkungan tersebut secara berkesinambungan adalah dengan menerapkan *Total Quality Management (TQM). TQM* juga merupakan falsafah *holistie* yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, *teamwork* produktivitas, pengertian dan kepuasan pelanggan. *Total Quality Management* saat ini telah dikenal banyak orang.

Total Service Quality Management (*TSQM)* merupakan konsep yang berfokus pada pelanggan, menetapkan standar kinerja jasa dan memelihara antusiasme pelanggan pada segala waktu dan pangsa pasar yang disebut *Total Service Quality Management (TSQM).* Dalam hal ini diperlukan dukungan manajemen operasional yang baik diterapkan semangat kerja karyawan yang tinggi dalam mencapai keberhasilan transportasi. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi atau perusahaan harus berkualitas.

Penelitian tentang *Total Service Quality Management (TSQM)* telah dilakukan oleh beberapa peneliti (*Florentina dan Ch Wiwik (2009), Prastowo Suryo Adi dan Fajarwati (2010), Ika nurul Pungki Afrizal R (2011)).* Penelitian ini terinspirasi oleh *Prastowo Suryo Adi dan Fajarwati (2010)* dengan menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, menggunakan 5 dimensi mutu TQM yaitu: mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu

perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif sebagai alat ukur kualitas layanan. Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari penelitian sebelumnya. Model penelitian ini mengacu pada model yang dikembangkan oleh *Kadampully dan Suhartantao (2000)* yang terdiri dari hubungan citra rumah sakit dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang itulah, penulis memutuskan bahwa penting sekali penelitian ini dilakukan sehingga penulis mengajukan usulan penelitian tentang **"Pengaruh Total Service Quality Management Terhadap Kepuasan Pelanggan".**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Sehubungan dengan penelitian ini dilakukan dimensi TSQM, yang terdiri dari *dimensi mutu fisik, dimensi pendukung mutu fisik, dimensi mutu perusahaan/lembaga, dimensi mutu teknikal, dan dimensi mutu interaktif* terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut diatas, peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah dimensi mutu fisik mempengaruhi kepuasan pelanggan?
2. Apakah dimensi pendukung mutu fisik mempengaruhi kepuasan pelanggan?
3. Apakah dimensi mutu perusahaan/lembaga mempengaruhi kepuasan pelanggan?
4. Apakah dimensi mutu teknikal mempengaruhi kepuasan pelanggan?

5. Apakah dimensi mutu interaktif mempengaruhi kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yang ingin dicapai adalah

1. Menguji dan menjelaskan pengaruh dimensi mutu fisik terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menguji dan menjelaskan pengaruh dimensi pendukung mutu fisik terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menguji dan menjelaskan pengaruh dimensi mutu perusahaan/lembaga terhadap kepuasan pelanggan.
4. Menguji dan menjelaskan pengaruh dimensi mutu teknikal terhadap kepuasan pelanggan.
5. Menguji dan menjelaskan pengaruh dimensi mutu interaktif terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

   a. Sebagai bahan masukan informasi bagi maskapai penerbangan PT. LION Airlines di D.I.Yogyakarta dalam rangka meningkatkan daya saing usaha, atas penentuan strategi pengambilan keputusan tentang jasa pelayanan dan kepuasan pelanggan jasa penerbangan.

b. Dapat memberikan manfaat terhadap perencanaan dan penyusunan strategi bagi peningkatan kualitas pelayanan pada khususnya, dan peningkatan pengembangan perusahaan penerbangan PT. LION Airlines di D.I. Yogyakarta pada umumnya.

2. Manfaat Akademik

a. Memberikan tambahan pemahaman bagi peneliti dalam melakukan penelitian perilaku konsumen khususnya kepuasan pelanggan terhadap jasa penerbangan.

b. Memperkaya khasanah penelitian pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khusus