

PENGARUH PENERAPAN TOTAL *QUALITY MANAGEMENT* (*TQM*) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INFORMA SAMARINDA SQUARE

Rafenni Pasonggo

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara
Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda,
Email: rafennipasonggo@yahoo.com

Abstract

This study aims to determine the effect of Total Quality Management (TQM) Implementation on Informa Samarinda Square Customer Satisfaction, Samarinda either partially or simultaneously. This research uses a quantitative approach. The population and samples used by the researchers were consumers who were visiting Informa Samarinda Square Samarinda which numbered 100 respondents. The data collection in this study used questionnaires. Data analysis tools used validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test, determination coefficient test, F test and T test. From this study it was concluded that there is a strong positive relationship between variable focus on customers (X_1), obsession with quality (X_2), teamwork (X_3), and employee engagement and empowerment (X_4), to customer satisfaction (Y). This is evidenced by the correlation coefficient value of r 0.696 or 6.96%. The results of this study concluded that customer focus variables (X_1), obsession with quality (X_2), teamwork (X_3), and employee engagement and empowerment (X_4), partially had a significant effect on customer satisfaction (Y). This is evidenced by the t calculated value of 9,605 with a significant rate of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Total Quality Management, Customer Satisfaction.*

Pendahuluan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan (Andre, 2014). Terbentuknya kepuasan pelanggan bisa menghasilkan beberapa manfaat, yaitu keharmonisan antara perusahaan dan pelanggannya, terciptanya pembelian ulang dan kesetiaan pelanggan, serta terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut yang memberikan keuntungan bagi perusahaan. Pelanggan yang puas akan kembali dan terus menggunakan jasa atau produk yang membuat ia puas sedangkan pelanggan yang tidak puas atau kecewa akan

memberikan respon yang lebih buruk dua kali lipat mengenai pengalaman buruknya (Mononimbar, 2013). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai peran yang penting yang akan menentukan bahwa pelanggan tersebut akan membeli kembali produk atau jasa yang kita tawarkan atau akan memberikan kesan buruk dibenak pelanggan dan akan menyebabkan pelanggan tersebut tidak akan membeli produk atau jasa yang dimiliki perusahaan.

Bisnis ritel *furniture* merupakan salah satu jenis bisnis yang semakin terbuka lebar di Indonesia. Hal ini dikarenakan dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia maka akan semakin bertambah pula kebutuhan masyarakat terhadap tempat tinggal. Kebutuhan tempat tinggal yang semakin meningkat akan berpengaruh terhadap peningkatan permintaan masyarakat terhadap *furniture*. Bukan hanya karena karena penambahan penduduk saja yang menjadikan peluang bisnis *furniture* terbuka lebar, permintaan akan *furniture* juga selalu ada datang dari banyak pihak diluar sana. Pihak-pihak seperti pelaku usaha restoran, penginapan, villa, dan hotel pasti membutuhkan *furniture* untuk menghias salah satu sudut tempat usaha mereka. Ditambah lagi kayanya Indonesia terhadap bahan baku kayu yang berkualitas tinggi menjadikan peluang bisnis *furniture* tidak akan kekurangan bahan baku bagi para pelaku usahanya.

Samarinda adalah salah satu kota yang didalamnya banyak dijumpai perumahan dan penginapan mulai dari *home stay*, maupun hotel yang bisa dijadikan salah satu target penawaran produk *furniture* seperti lemari pakaian, meja makan dan juga kursi tamu. Ada beberapa usaha *furniture* yang kita temui di samarinda salah satunya adalah Informa. Informa adalah ritel *furnishings* terbesar dan terlengkap di Indonesia. Menyediakan lebih dari 60.000 produk-produk berkualitas dengan suasana belanja yang menyenangkan. Setelah hadir di beberapa lokasi strategis, informa juga hadir di Samarinda tepatnya di Samarinda Square yang menyajikan variasi produk *furnishings* dengan desain dan *style* yang lebih beragam dari berbagai negara di Eropa dan Asia, dengan lebih dari 20.000 varian produk di area seluas lebih dari 4600m².

Informa *Furnishings* terdiri dari beberapa departement seperti *Living, Designer Collections, Dining, Kitchen, Commercial Tables and Chairs, Office, Kept Concept, Bedroom, Kids, Mattress, Beauty Commercial, American Home Furniture, dan Lighting*. informa juga dilengkapi dengan koleksi *Home Accessories* yang terdiri dari *Home Décor, Home Textile, dan Household* untuk kebutuhan aksesoris hunian sampai ruang usaha. Dimana *costumer* akan mendapatkan *furnishings* yang nyaman, fungsional, praktis, dan *trendy*. Hadir pula rangkaian koleksi *furnishings* impor dengan merek terkenal dari Belgia, Denmark, Perancis, Jerman, Italia dan Asia. Dengan konsep *one stop shopping* untuk semua produk *furnishings*, informa menyediakan berbagai koleksi berkualitas untuk hunian, kantor, aksesoris, sampai ruang komersial. Informa menyediakan beragam gaya dan desain terbaru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap *furniture* idaman.

Banyaknya usaha ritel yang ada di samarinda khususnya *furniture*, seperti: Istimewah Premium Furniture, Toko Jaya Lambung, CV. Rudi Furniture, Toko Mebel Laris Jaya, tentunya menumbuhkan persaingan antar pelaku usaha. Hal ini diperberat lagi oleh adanya usaha *furniture* yang menawarkan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga yang di berikan informa yang notabene nya harga lebih tinggi, ditambah lagi dengan sistem belanja di informa yang menggunakan sistem *booking*, di mana *customer* yang belanja *furniture* harus menunggu dua sampai tiga hari setelah transaksi baru barang dikirim. Dan untuk penginstalan barang, *customer* harus menunggu lagi sehari setelah barang datang, kurangnya kerja sama tim, miskomunikasi antar sales dan *customer* pun kerap terjadi. Hal inilah yang kadang menimbulkan *complain* dari *customer*, sehingga mengurungkan niatnya untuk belanja di informa dan lebih memilih untuk di belanja di toko *furniture* lain. Oleh karenanya, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan dapat memuaskan pelanggannya. Ketidakmampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang cepat tersebut dapat menimbulkan ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan yang bersangkutan.

Salah satu cara yang digunakan informa adalah dengan menerapkan *Total Quality Management (TQM)*. Tujuan diterapkannya *Total Quality Management (TQM)* adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Cara untuk menciptakan kepuasan pelanggan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan serta melakukan kerjasama tim (*teamwork*) yang baik antar karyawan. Dengan mengetahui kepuasan pelanggan pihak manajemen akan dapat dengan mudah untuk mengevaluasi kinerjanya. Sebagaimana diungkapkan oleh Tse dan wilton dalam Tjiptono (2002) bahwa “Kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian/ diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”. Sementara itu, kepuasan pelanggan tercapai apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi. Dengan adanya perbaikan pelayanan yang merupakan implementasi dari penerapan *Total Quality Management (TQM)*. Namun demikian biarpun perusahaan telah menerapkan praktek TQM tetapi ternyata perusahaan belum bisa mencapai tujuan yang diinginkan dan masih belum bisa berkembang sebagaimana yang diharapkan misalnya karyawan kurang fokus pada pelanggan, obsesi terhadap *quality*, kurangnya kerjasama tim, produktivitas cenderung menurun, adanya hubungan yang masih kurang solid antara karyawan maupun dengan pimpinan, hal ini sebagaimana yang terjadi di PT. Informa Square Samarinda.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis bermaksud untuk mengadakan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang merupakan dampak dari adanya penerapan *Total Quality Management (TQM)*. tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Total Quality Management (TQM)* yang terdiri dari fokus pada pelanggan (X1), obsesi

terhadap kualitas (X2), kerjasama tim (*teamwork*) (X3), dan adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Informa Samarinda Square dan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Total Quality Management (TQM)* yang terdiri dari fokus pada pelanggan (X1), obsesi terhadap kualitas (X2), kerjasama tim (*teamwork*) (X3), dan adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Informa Samarinda Square.

Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dalam penelitian ini menggunakan aplikasi program IBM SPSS (*Statistic Package for the Sosial Science*) Versi 22. Penelitian dilakukan dengan cara datang langsung pada perusahaan dimana penulis melakukan penelitian dan melakukan *interview* serta observasi yang berkaitan dengan permasalahan serta meminta dokumen-dokumen pendukung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli produk dari Informa Samarinda Square ini jumlahnya tidak diketahui pasti. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Pengukuran variabel bebas dan terikat menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi yang dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dengan menghadapkan responden terhadap pernyataan kemudian memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan, pada setiap jawaban akan diberikan skor. Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban.

Hasil dan Pembahasan

PT. Home Center Indonesia (Informa) merupakan salah satu kelompok usaha Kawan Lama Group yang bergerak dibidang Retail. Awal berdirinya Informa *Furnishings* diawali oleh berdirinya PT Kawan Lama Sejahtera pada tahun 1955 ketika almarhum Mr. Wong Jin mendirikan Toko perkakas sederhana berukuran 2x3 meter di kawasan Glodok, Jakarta. Periode 1970-an bisnis keluarga ini menerapkan pendekatan yang lebih personal. Tidak hanya menunggu pelanggan datang tetapi langsung mendatangi mereka. Tahun 1980 merupakan momen perubahan yang semula konsep tradisional, kini berubah menjadi sebuah perusahaan dengan nama PT Kawan Lama Sejahtera.

Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 37 orang (37%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang (63%). Responden yang berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 5 orang (5%) responden yang bekerja pegawai Negeri sebanyak 23 orang (23%) responden

yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 35 orang (35%) responden yang bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 27 orang (27%) dan responden dengan pekerjaan lainnya yang tidak tersebut diatas sebanyak 10 orang (10%).

Hasil Uji Validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner mempunyai koefisien korelasi (r hitung) lebih besar dari nilai (r tabel) untuk $N=100$ dengan tingkat signifikansi 5% adalah 0,195, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan *valid*. Berdasarkan Hasil Uji Reliabilitas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dasar indikator ini akan digunakan pada analisis lebih lanjut.

Berdasarkan dari Hasil Uji Regresi Linier Berganda dapat dilihat suatu persamaan yang menggambarkan hubungan pengaruh *total quality management* terhadap kepuasan pelanggan di Informa Samarinda Square sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2,356 dapat diartikan jika *total quality management* (X) = 0, maka kepuasan pelanggan pada Informa Samarinda Square sebesar 2,356.
2. Koefisien regresi variabel *total quality management* (X) sebesar 0,205 artinya *total quality management* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Jika variabel *total quality management* (X) meningkat 1 satuan, maka kepuasan pelanggan.

Analisis Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel uji t atau pengujian secara parsial, hasil penelitian yang diperoleh variabel "*Total Quality Management*" mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Informa Samarinda Square. Dari hasil uji regresi linier berganda diperoleh variabel *Total Quality Management* berkoefisien positif dengan T_{hitung} $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan variabel *Total Quality Management* memberikan kesan positif terhadap kepuasan pelanggan. Disamping itu juga didukung adanya nilai R sebesar 0,696 yang menunjukkan pengaruhnya sebesar 69,6%. Adapun sisanya 30,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel *independen* lain di luar penelitian ini.

Fakta lapangan menunjukkan dari hasil kuisisioner yang dibagikan kepada responden, dimana *Total Quality Management (TQM)* yang harusnya diterapkan Informa Samarinda Square dinilai sudah cukup baik terbukti bahwa hasil tanggapan responden mengenai indikator-indikator variabel *Total Quality Management (TQM)* direspon setuju oleh pelanggan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh secara simultan antara variabel *Total Quality Management* terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian berarti

hasil analisis secara simultan yaitu *Total Quality Management* memiliki pengaruh positif meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Informa Samarinda Square.

Analisis Secara Simultan (Uji F)

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (*total quality management*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) pada Informa Samarinda Square yaitu dengan membandingkan signifikan F_{hitung} dengan α 0,05. Berdasarkan Hasil uji F dari perhitungan IBM SPSS 22 sebagai berikut, maka dapat diketahui nilai $\text{sig } F_{hitung}$ $0,000 < \alpha$ (0,05) dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *total quality management* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Informa Samarinda Square.

Ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Santoso (1992) dalam Yamit (2004: 181) bahwa *Total Quality Management (TQM)* merupakan “Sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi”. Apabila kualitas yang diterima sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Ini terbukti dengan *Total Quality Management* yang membahas tentang manajemen pelayanan dari Informa Samarinda Square yang memberikan hasil yang terbaik untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Simpulan

Hasil analisis uji F (simultan) dapat disimpulkan bahwa variabel fokus pada pelanggan (X_1), obsesi terhadap kualitas (X_2), kerjasama tim (X_3), komitmen jangka pandang (X_4), pendekatan ilmiah (X_5), Kesatuan tujuan (X_6), dan keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X_7), secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) Informa Samarinda Square. Hal ini ditunjukkan pada hasil tabel ANOVA uji F $0,000 < 0,05$. Hasil analisis uji t (parsial) dapat disimpulkan bahwa variabel fokus pada pelanggan (X_1), obsesi terhadap kualitas (X_2), kerjasama tim (X_3), komitmen jangka pandang (X_4), pendekatan ilmiah (X_5), Kesatuan tujuan (X_6), dan keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X_7), secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) Informa Samarinda Square. Hal ini ditunjukkan Uji t hasil Signifikan $< 0,05$.

Daftar Pustaka

- Andre, Florentina dan Law Tjun Tjun. (2014). Pengaruh Total Quality Management (TQM) Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Salah Satu Universitas di Bandung. *Jurnal Akuntansi*,6 (1):47 - 83.
- Mononimbar, Chrisye N. (2013). Total Quality Management (Tqm) Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Pada Pt. Taspem Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3):1041-1048.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta
- Zulian, Yamit. (2004). *Management Kualitas Produk dan Jasa*.Yogyakarta: Ekonesia.