

Pengaruh Total Quality Management (TQM) Terhadap Kepuasan Konsumen

The Influence of Total Quality Management (TQM) toward Costumer Satisfaction

¹Annisa Ramadiana ²Yuni Rosdiana, ³Epi Fitriah

^{1,2}*Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email:annisa.ramadiana93@gmail.com

Abstract. Quality is one aspect that most expected by customers in all product services. The more quality products and services provided, the satisfaction felt by consumers is increasing. To produce the best products and services necessary efforts for continuous improvement in the ability of people, processes, and the environment. The best way to improve the ability of these components to implement Total Quality Management (TQM). The research was carried out in health institutions Klinik Utama Al Islam. The problem in this research is the extent to which the influence of TQM is applied in order to generate customer satisfaction. The purpose of this study was to determine the influence of Total Quality Management (TQM) to consumer satisfaction. The object of this research is the Total Quality Management, and customer satisfaction. The method used in this research is explanatory research. Sources of data used are the primary data source. The data collection techniques used is by using a questionnaire. And samples used in this study are simple random sampling, the sampling technique whereas the members of a population sample was randomly without regard to strata that exist in the population. Tools statistical tests used in this study is a simple linear regression analysis. Application of Total Quality Management at the Klinik Utama Al Islam included in the criteria fairly well. Consumer satisfaction at the Klinik Utama Al Islam included in the criteria fairly well. The results showed that TQM influence on customer satisfaction.

Keywords: Total Quality Managemnt (TQM), Kepuasan Konsumen

Abstrak. Kualitas adalah salah satu aspek yang paling diharapkan oleh kosumen pada semua layanan produk. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi. Untuk menghasilkan produk dan jasa perusahaan terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan manusia, proses, dan lingkungan. Cara terbaik dalam memperbaiki kemampuan komponen-komponen tersebut dengan menerapkan *Total Quality Management* (TQM). Penelitian ini dilakukan di instansi kesehatan Klinik Utama Al Islam. Permasalahan dalam penelitian ini adalah sejauh mana pengaruh TQM yang diterapkan agar dapat menghasilkan kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Total Quality Manajemen* (TQM) terhadap kepuasan konsumen. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah *Total Quality Management*, dan kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *explanatoryresearch*. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuisisioner. Dan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dimana pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Alat uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Penerapan *Total Quality Manegement* pada Klinik Utama Al Islam termasuk dalam kriteria cukup baik. Kepuasan konsumen pada Klinik Utama Al Islam termasuk dalam kriteria cukup baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TQM memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Total Quality Managemnt (TQM), Kepuasan Konsumen

A. Pendahuluan

Lingkungan bisnis berada dalam masa transisi dari era revolusi industri menuju revolusi informasi dan komunikasi terpicu karena perubahan teknologi (Purwanugraha & Sunarni, 2011). Perubahan teknologi transportasi, teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan paradigma baru pada karakteristik lingkungan bisnis. Lingkungan bisnis menjadi global dan kompetitif (Elvirawati, 2013). Globalisasi telah menjangkau berbagai aspek kehidupan. Salah satu cara terbaik dalam persaingan global adalah dengan menghasilkan suatu produk dan jasa dengan kualitas terbaik.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator pada pengukurankinerja *non-financial*. Kepuasan konsumen terjadi ketika produk dan jasa yang dihasilkan memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Menurut Angelova & Zekiri (2011) kepuasan konsumen adalah hasil akhir yang dirasakan konsumen dari kinerja perusahaan yang telah memenuhi harapan mereka. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh dua faktor: pengharapan dan kinerja jasa yang dialami. Kinerja yang dirasakan dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas layanan, campuran pemasaran, nama merek dan citra perusahaan. Karena konsumen yang puas cenderung untuk mempertahankan pola konsumsinya atau mengkonsumsi lebih banyak produk atau jasa yang sama, kepuasan konsumen telah menjadi indikator penting kualitas dan *revenue* mendatang. Konsumen mengharapkan untuk memperoleh pelayanan yang maksimal dari para penyedia jasa dengan menyediakan pelayanan yang memuaskan ekspektasi mereka atau bahkan melebihi ekspektasi mereka. Pengharapan konsumen ini ditunjukkan kepada seluruh produsen dari produk atau jasa yang digunakan oleh konsumen (Indri, 2014).

Untuk menghasilkan produk dan jasa perusahaan terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan manusia, proses, dan lingkungan. Cara terbaik dalam memperbaiki kemampuan komponen-komponen tersebut secara berkesinambungan dengan menerapkan TQM (Fandy dan Anastasia, 2003). TQM dianggap sebagai salah satu cara efektif bagi perusahaan untuk meningkatkan *competitive advantage* (Kuei *et al.*, 2001). Penerapan TQM adalah salah satu faktor kesuksesan karena TQM berfokus kepada konsumen, dan melakukan perbaikan berkesinambungan pada setiap produk, jasa dan proses (Gorji, 2011).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, permasalahan yang diambil dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh *Total Quality Manajemen* (TQM) terhadap kepuasan konsumen (Pada Klinik Utama Al-Islam), maka tujuan dari indentifikasi masalah adalah untuk mengetahui pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kepuasan konsumen pada Klinik Utama Al Islam.

B. Landasan Teori

Total Quality Management (TQM)

TQM diartikan sebagai perpaduan semua fungsi manajemen, semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang ke dalam falsafah holistic yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, teamwork, produktivitas, dan kepuasan pelanggan (Ishikawa dalam Pawitra, 1993:135).

Menurut Hardjosoedarmo (1999:69) mutu adalah penilaian subyektif daripada customer. Penilaian ini ditentukan oleh persepsi customer terhadap produk atau jasa. Persepsi tersebut dapat berubah karena pengaruh, misalnya, iklan yang efektif, reputasi suatu produk atau jasa tertentu, pengalaman, teman dan sebagainya.

Berdasarkan definisi TQM terdapat dua komponen yaitu apa dan bagaimana menjalankan TQM. Yang membedakan TQM dengan pendekatan lain dalam menjalankan usaha adalah cara yang digunakannya. TQM memiliki sepuluh karakteristik atau unsur utama (Goetsch dan Davis, 1994, pp. 14-18) dalam Nasution (2005:22) yaitu :

1. Fokus pada pelanggan
2. Obsesi terhadap kualitas
3. Pendekatan ilmiah
4. Komitmen jangka panjang
5. Kerjasama Tim (*Teamwork*)
6. Perbaikan sistem secara berkelanjutan
7. Pendidikan dan pelatihan
8. Kebebasan yang terkendali
9. Kesatuan tujuan
10. Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan.

Kepuasan Konsumen

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para konsumen. Pada pendekatan TQM, kualitas ditentukan oleh konsumen. Semua usaha manajemen dalam TQM diarahkan pada satu tujuan utama, yaitu terciptanya kepuasan konsumen (Tjiptono & Diana, 1995: 101-102).

Tse dan Wilton (1998 dalam Tjiptono & Diana, 1995:102) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah respons konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut Karunaratne & Jayawardena (2010), Parasuraman *et al.*, (1985, 1988, 1991 dalam Elvirawati 2013) mengidentifikasi 5 dimensi *service quality* (SERVQUAL) yang menghasilkan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Reliability (Keandalan)
2. Responsiveness (Respon/Ketanggapan)
3. Assurance (Jaminan)
4. Emphaty (Empati)
5. Tangible (Berwujud)

Dengan penerapan *Total Quality Management* (TQM) suatu perusahaan, maka semakin kuat pula daya tariknya di mata konsumen untuk mendapatkan kepuasan dalam menggunakan jasa layanan tersebut yang selanjutnya dapat menggiring konsumen untuk melakukan pembelian serta mengantarkan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari waktu ke waktu (Kurniawati 2011).

Berdasarkan penelitian Elvirawati (2013) penelitian tersebut mengkaji “Pengaruh Penerapan *Total Quality Management* (TQM) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta” dan hasilnya menyatakan bahwa Penerapan *Total Quality Management* (TQM) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen pada hotel berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase pengaruh yang diberikan oleh Total Quality Manajemen (TQM) terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Utama Al-Islam Dengan menggunakan rumus $KD = r^2 \times 100\%$ maka diperoleh:

Tabel 1.Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.713 ^a	.509	.491	11.47924	2.009

a. Predictors: (Constant), TQM

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$$KD = (0.713)^2 \times 100\% = 50.9\%$$

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dilihat bahwa pengaruh *Total Quality Manajemen* (TQM) terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.509 yang berarti hasil tersebut menunjukkan bahwa 50.9% variabel Kepuasan Konsumen Pada Klinik Utama Al-Islam dapat dijelaskan oleh variabel *Total Quality Manajemen* (TQM). Sedangkan sisanya 49.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati diluar model yang diketahui.

Pengujian Hipotesis.

Setelah dilakukan analisis koefisien determinasi maka kemudian dilakukan pengujian hipotesis untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara kedua variabel dengan menggunakan uji-t sebagai berikut:

Ho: Artinya *Total Quality Manajemen* (TQM) tidak memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Utama Al-Islam

H₁: Artinya *Total Quality Manajemen* (TQM) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Utama Al-Islam

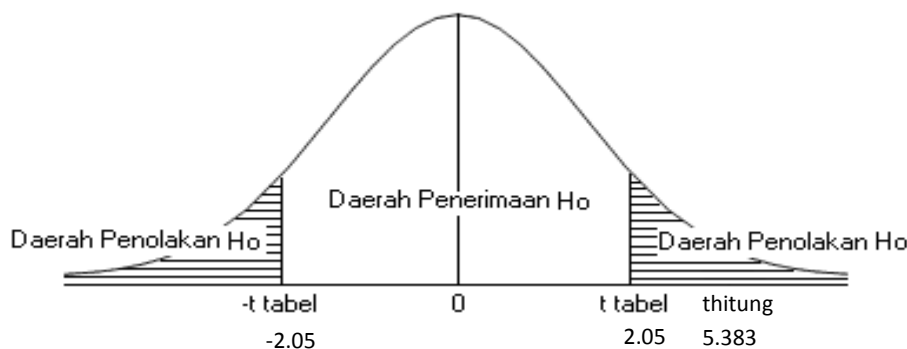
Tabel 2.Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.332	11.021		1.028	.313
	TQM	1.092	.203	.713	5.383	.000

Berdasarkan hasil diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5.383 dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada $df=30-2=28$ dengan alpha 0.05 yaitu 2.05. dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} (5.383) lebih besar dari t_{tabel} (2.05), hal ini ditunjukkan pula oleh gambar 4.2 dimana nilai t_{hitung} berada dalam daerah penolakan Ho, selain itu diperoleh pula nilai $pvalue < alpha$ yaitu $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak. Artinya *Total Quality Manajemen* (TQM) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen Pada Klinik Utama Al-Islam

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan elvirawati (2013) yang menunjukkan bahwa Penerapan *Total Quality Management* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen dan senada pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya Mahami (2015) yang menunjukkan bahwa *Total Quality Manajemen* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel sala view Surakarta



Gambar 1.Daerah penerimaan dan penolakan hipotesis

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh *Total Quality Manajemen* (TQM) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Utama Al-Islam, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Total Quality Management* pada Klinik Utama Al Islam sudah dinilai cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, komitmen jangka panjang, kerjasama tim, perbaikan proses secara berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, kebebasan terkendali, kesatuan tujuan, serta keterlibatan dan pemberdayaan karyawan yang pada umumnya sudah dilaksanakan termasuk dalam kategori cukup baik.
2. Kepuasan konsumen termasuk dalam kategori cukup baik hal tersebut dapat dilihat dari *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (respon/ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* empati yang dirasakan cukup memuaskan konsumen.
3. *Total Quality Manajemen* (TQM) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Utama Al-Islam.

E. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dibahas pada sub bab sebelumnya maka penulis akan memberikan saran kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut :

1. Pihak manajemen klinik sebaiknya senantiasa untuk meningkatkan dan mengevaluasi manajemen kualitas yang telah dilaksanakan dengan melakukan perencanaan terhadap kualitas pelayanan yang seharusnya diberikan sesuai dengan kebutuhan konsumen, selain itu diharapkan pula untuk selalu menggunakan informasi-informasi yang lengkap dan akurat demi terciptanya manajemen kualitas yang baik, hal ini perlu dilakukan karena akan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen
2. Manajemen klinik utama Al Islam diharapkan meningkatkan aspek *reliability*

(kehandalan), dengan cara membekali karyawan dengan informasi berkaitan dengan jasa yang ditawarkan, meningkatkan kecepatan dan kecermatan dalam pelayanan. Pihak manajemen pun perlu memperhatikan dimensi tangible dengan mengatur memberikan kenyamanan ruang tunggu serta penggunaan alat-alat yang modern

3. Penelitian ini membatasi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan *total quality management*, dengan demikian maka diharapkan penelitian yang selanjutnya untuk menambahkan variabel yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kecepatan pelayanan, kenyamanan, dsb.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 2013. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Ghozali, Imam. 2007. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang : BP-Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D.N. dan D.C. Porter. 2009. Basic Econometrics, 5th edition. New York : McGraw Hill.
- Hardjosoedarmo, Soewarso. 1999. Total Quality Management. Yogyakarta. ANDI
- Indrawan, Rully. Yaniawati, Poppy. 2014. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan. Bandung. PT. Refika Aditama.
- Juliandi, Azuar., Irfan., Manurung, Saprihal. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi. Medan: UMSU PRESS
- Nasution, M.N. 2005. Manajemen Mutu Terpadu Edisi Kedua. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Nazir, Moh. 2014. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurhayati, Nunung. Win Konadi, Helliana. 2013. Modul Praktikum Statistik Penelitian dengan SPSS. Unisba.
- Santoso, Singgih. 2002. Statistik Parametrik, Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2013. Research Method for Business : A Skill Building Approach, 5th edition. Chichester : Wiley.
- Siregar, Sofyan. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2010. Metode penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung :Alfabeta.
- Supangat, Andi. 2008. Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Parametrik. Jakarta: Kencana Prenada.
- Swarjana, I Ketut. 2015. Metode Penelitian Kesehatan (Edisi Revisi). Yogyakarta. ANDI.
- Tjiptono, Fandy. Diana, Anastasia. 2003. Total Quality Management. Yogyakarta. ANDI.