

# **PENGARUH PENERAPAN *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* TERHADAP KEPUASAN JAMA'AH UMRAH PADA PT. MUSTIKA KARTIKA SAMUDERA**

**Fellasufah Diniyah**  
Universitas Airlangga

**Amirudin**

Dosen Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

## **Abstract**

*The purpose of this study is to study the importance of applying the Total Quality Management Application to the satisfaction of Umrah pilgrims at PT. MustikaKartikaSamudera. The research method used in this research is quantitative, with the sample used in this study were 92 respondents by using purposive sampling method. The results of the study indicate a link between the application of TQM and satisfaction of moderate worshipers. Then, the application of a significant effect on the application of Total Quality Management is also related to the satisfaction of Umrah pilgrims. The coefficient value is determined at 45.9%. This figure shows that 45.9% satisfaction of pilgrims that occur is influenced by Total Quality Management, and the remaining 54.1% is influenced by other factors.*

**Keywords :** *Customer value, customer loyalty*

## **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi yang berkembang dengan semakin pesat. Seiring dengan bertambahnya populasi penduduk dunia yang cukup pesat mengakibatkan kecenderungan pasar potensial yang akan melakukan perjalanan, terlebih lagi perjalanan yang dilakukan bukan sekedar hiburan semata melainkan memiliki tujuan tertentu salah satunya perjalanan yang memiliki nilai ibadah yaitu dengan melaksanakan umrah yang akan membawa pengaruh yang cukup besar terhadap pribadi, keluarga maupun lingkungannya.

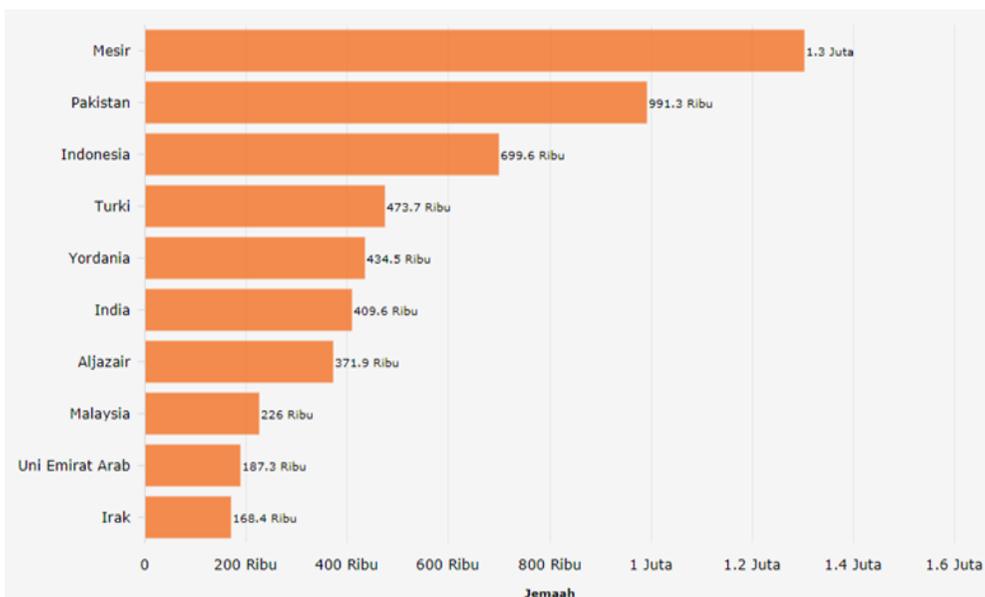
Karena peningkatan ekonomi masyarakat Indonesia sehingga mendorong dan memicu masyarakat untuk melakukan sebuah perjalanan umrah. Perkembangan Jumlah jamaah umrah dari tahun ke tahun yang semakin meningkat dan pesat di Indonesia, di dukung dengan negara Indonesia merupakan negara yang memiliki populasi penduduk muslim

terbesar di dunia. Berkunjung ke Baitullah adalah cita-cita seluruh umat muslim, karena Makkah dan Madinah merupakan kota yang memiliki banyak keutamaan-keutamaan yang besar.

Begitupun dengan jamaah umrah Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di dunia. Menurut Kementerian Haji dan Umrah Arab Saudi, jumlah visa umrah yang telah dikeluarkan untuk Indonesia pada tahun.

2016 mencapai 699,6 ribu jamaah, meningkat 7,2 persen dari tahun sebelumnya ([www.haji.go.id](http://www.haji.go.id)). Berikut Grafik 10 negara dengan jumlah jamaah umrah paling banyak di dunia.

**Gambar 1: Grafik 10 negara dengan jamaah umrah terbanyak**



(Sumber: Kemenag RI)

Data-data di atas menunjukkan bahwa semakin tingginya minat masyarakat Indonesia yang melakukan perjalanan ibadah haji dan umrah. Terlihat dari grafik penduduk Indonesia yang beragama Islam (muslim) yang melakukan perjalanan haji dan wisata umroh lebih tinggi dari negara lain. Angka ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah jamaah umrah terbesar ketiga di dunia.

Dari lima rukun Islam yang wajib dikerjakan atau diamalkan, ibadah haji dan umrah yang menyertainya adalah rukun Islam setelah syahadat, sholat, puasa, zakat. Umrah secara bahasa artinya “meramaikan” dan bermakna ziarah atau berkunjung. Sedangkan secara istilah adalah

berkunjung ke ka'bah dengan maksud melaksanakan ketentuan-ketentuan berkaitan dengan rangkaian ibadah umrah. (Muhammad Syafii Antonio, 2015).

Perintah umrah disejajarkan dengan perintah haji, tetapi pelaksanaan umrah lebih sederhana dibandingkan dengan pelaksanaan haji. Hukum ibadah umrah adalah wajib sakali seumur hidup bagi yang mampu, dan diperbolehkan untuk melaksanakan umrah walaupun belum melaksanakan haji, Allah SWT berfirman (Gus Arifin, 2014):

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ

“Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah” (QS. Al-Baqarah [2]:196)

Terdapat hadis yang menjelaskan tentang ibadah umrah :

عن أبي هريرة رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال : العمرة إلى العمرة كفارة لما بينهما، والحج المبرور ليس له جزاء إلا الجنة ( رواه البخاري )

“Dari Abu Hurairah *radhiallahu'anh*, Rasulullah *Shallallahu'alaihi Wasallam* bersabda, “Ibadah umrah ke ibadah umrah berikutnya adalah penggugur (dosa) di antara keduanya, dan haji yang mabrur tiada balasan (bagi pelakunya) melainkan surga” (HR Bukhori). (Ahmad Kartono, 2016)

Di Indonesia semakin menjamurnya biro perjalanan haji dan umrah. semakin banyaknya perusahaan dan asosiasi travel yang menyelenggarakan jasa perjalanan umrah dan juga semakin banyaknya masyarakat yang menjalankan sebuah perjalanan umrah menggunakan jasa travel penyelenggara ibadah haji dan umrah. Persaingan biro perjalanan haji dan umrah menjadi makin tajam. Hanya travel yang dapat menghasilkan kualitas jasa yang sesuai dengan tuntutan pelanggan yang dapat memenangkan persaingan.

Semakin kompleksnya dunia bisnis travel haji dan umrah dan semakin tinggi tingkat persaingan, menyebabkan suatu organisasi bisnis biro perjalanan haji dan umrah berusaha untuk dapat menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama strategi pemasarannya. Pelanggan atau jamaah adalah kunci berjalannya usaha biro perjalanan haji dan umrah, karena tanpa jamaah sebuah bisnis perjalanan haji dan umrah tidak akan bisa berjalan dengan baik. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh jamaah adalah pelayanan yang mudah, nyaman, pasti, berkeadilan, serta dapat memenuhi tingkat kepuasan jamaah secara proposional. (Abdul Aziz dan Kartini, 2007)

Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan (produk), maka pelanggan dapat menentukan kualitas suatu produk. (M. Nur Nasution, 2005) Fokus pada pelanggan adalah bagian dari proses yang mengarah ke perbaikan secara terus menerus, ketika pelanggan merasa puas akan kembali menggunakan produk yang kita tawarkan.

Dalam perspektif manajemen modern penyelenggaraan ibadah umrah yang memiliki banyak unsur dan melibatkan banyak instansi harus dikelola secara profesional. (Dirjen haji dan umroh, 2012). Salah satu pendekatannya yang telah diakui oleh dunia adalah model *Total Quality Management* (TQM). TQM diartikan sebagai perpaduan semua fungsi manajemen, semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang ke dalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, *team work*, produktivitas, dan kepuasan pelanggan. *Total Quality Management* atau manajemen total kualitas merupakan pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, tenaga kerja, proses, dan lingkungannya. Yang bertujuan untuk menjamin bahwa pelanggan atau jamaah puas terhadap jasa dan kualitas pelayanan yang diberikan (M. Nur Nasution, 2005).

Dalam pendekatan *Total Quality Management* kualitas ditentukan oleh pelanggan. Oleh karena itu hanya dengan proses dan pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai makna kualitas. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka (Fandy Tjiptono, 1995).

Ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan adalah memiliki sumber daya manusia yang profesional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia ragam produk yang diinginkan dan berkualitas, bertanggung jawab kepada pelanggan dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat, tepat, dan mampu berkomunikasi dengan baik (Kasmir, 2003).

Dalam penyelenggaraan ibadah Umrah yang memiliki banyak unsur dan melibatkan banyak instansi maka harus dikelola secara profesional. Kualitas menjadi hal utama yang menjadi titik fokus setiap biro perjalanan haji dan umrah. Berbagai hal dilakukan untuk meningkatkan kualitas yang diterapkan pada produk, pelayanan dan manajemen perusahaan.

Selera dan harapan konsumen pada suatu produk barang atau jasa selalu berubah, sehingga kualitas produk harus berubah atau disesuaikan. Dengan perubahan kualitas produk tersebut diperlukan perubahan atau

peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Menurut Feingenbaum yang dikutip oleh Nur Nasution menyatakan, bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya, suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk barang atau jasa.

Karena fokus dari kualitas pelayanan di bidang jasa adalah kepuasan pelanggan. Pada dasarnya kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang di konsumsi. Kunci membentuk kepuasan pada pelanggan adalah menempatkan pegawai untuk berhubungan langsung dengan pelanggan dan memberdayakan pegawai untuk mengambil tindakan yang diperlukan untuk memuaskan para pelanggan.

Kaitannya dengan penelitian ini, penulis mengambil salah satu obyek penelitian yaitu pada biro perjalanan Haji dan Umrah PT. Mustika Kartika Samudera. Hal ini karena penulis ingin mengetahui apakah pengaruh penerapan *Total Quality Management* terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Mustika Kartika Samudera.

## **Kerangka Teori**

### **1. Pengertian Total Quality Management ( TQM )**

Konsep TQM berasal dari tiga kata yaitu *total*, *quality*, dan *management*. Konsep yang pertama adalah *total*. Menurut KBBI, total berarti menyeluruh atau terpadu. Kata total yang berarti menandakan bahwa setiap orang dalam perusahaan harus dilibatkan. Kata selanjutnya adalah *quality*. Menurut Goestch dan Davis, mutu (*quality*) merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, dan proses yang memenuhi atau melebihi harapan (Siswanto, 2007, hal. 195).

Kata selanjutnya adalah *Management*, secara etimologis kata manajemen berasal dari bahasa inggris "*management*" asal kata *to manage* yang berarti memimpin, mengatur dan membimbing. Sedangkan secara terminologis, menurut George R. Terry dalam bukunya "*Principles of Management*", manajemen adalah suatu proses yang jelasterdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan dengan menggunakan manusia dan sumber daya lainnya (George, R, Terry, Edition 197, hal 4).

Total Quality Management (TQM) disebut juga dengan manajemen mutu terpadu atau manajemen kualitas terpadu diartikan sebagai perpaduan semua fungsi manajemen, semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang

kedalam falsafah holistic yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, teamwork, produktivitas, dan kepuasan pelanggan . definisi lainnya menyatakan bahwa TQM merupakan sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi. Total Quality Management merupakan sistem manajemen yang berfokus pada orang atau karyawan yang bertujuan terus menerus untuk meningkatkan nilai yang diberikan pada pelanggan dengan biaya nilai penciptaan yang lebih rendah (M. Nur, Nasution, 2005: 22).

Ada beberapa pendapat yang mendefinisikan pengertian *Total Quality Management* (TQM) sebagai berikut:

- a. Menurut Fandy Tjiptono, *Total Quality Management* (TQM) merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan secara terus-menerus atas produk, jasa, sumber daya manusia dan proses (Fandy Tjipto dan Anastasia Diana, 2000: 4).
- b. Menurut Gaspersz, *Total Quality Management* merupakan suatu cara meningkatkan performansi secara terus-menerus (continuous performance improvement) pada setiap level operasi atau proses, dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi, dengan menggunakan semua sumber daya manusia dan modal yang tersedia (Gaspers, V, 2001: 5).
- c. Thomas Sumarsan mendefinisikan TQM merupakan sebuah metode dengan budaya, sikap dan struktur organisasi dari sebuah perusahaan yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan melibatkan manajemen dan seluruh karyawan dalam perbaikan secara terus-menerus terhadap produk dan jasa yang diproduksi dengan mengurangi kerugian akibat kecacatan atau pemborosan (Thomas Sumarsan, 2009: 185).
- d. Bennet dan Ker dalam Veithzal Rivai, mendefinisikan TQM sebagai konsep dan metode yang memerlukan komitmen dan keterlibatan pihak manajemen dan seluruh pengelola perusahaan untuk memenuhi keinginan atau kepuasan pelanggan secara konsisten (Veithzal Rivai dan Ella Jauvani Sagala, 2013: 408).
- e. Menurut Nasution, *Total Quality Management* (TQM) adalah Perpaduan semua fungsi manajemen, semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang ke dalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, teamwork, produktivitas, dan kepuasan pelanggan (M. Nur, Nasution, 2005: 22).

Jadi, Menurut penulis *Total Quality Management* di definisikan sebagai sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi

usaha yang mencoba memaksimalkan daya saing dengan melakukan perbaikan secara terus menerus baik itu pada produk, jasa, dan tenaga kerja, dan lingkungan untuk memperbaiki kualitas.

## **2. Unsur-Unsur *Total Quality Management***

Menurut Goetsch dan Davis, terdapat sepuluh karakteristik *Total Quality Management*, yaitu sebagai berikut:

- a. Fokus pada pelanggan; Dalam TQM, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal merupakan driver. Pelanggan eksternal menentukan kualitas produk atau jasa yang disampaikan kepada mereka, sedangkan pelanggan internal berperan besar dalam menentukan kualitas tenaga kerja, proses, dan lingkungan yang berhubungan dengan produk atau jasa.
- b. Obsesi terhadap kualitas; Dalam organisasi yang menerapkan TQM, pelanggan internal dan eksternal menentukan kualitas. Dengan kualitas yang ditetapkan tersebut, organisasi harus terobsesi untuk memenuhi atau melebihi apa yang ditentukan mereka. Hal ini berarti bahwa semua karyawan pada setiap level berusaha melaksanakan setiap aspek pekerjaannya berdasarkan perspektif.
- c. Pendekatan ilmiah; Pendekatan ilmiah sangat diperlukan dalam penerapan TQM, terutama untuk mendesain pekerjaan dan dalam proses pengambilan keputusan dan pemecahan masalah yang berkaitan dengan pekerjaan yang didesain tersebut. Dengan demikian, data diperlukan dan dipergunakan dalam menyusun patok duga (benchmark), memantau prestasi, dan melaksanakan perbaikan.
- d. Komitmen jangka Panjang; TQM merupakan suatu paradigma baru dalam melaksanakan bisnis. Untuk itu, dibutuhkan budaya perusahaan yang baru pula. Oleh karena itu, komitmen jangka panjang sangat penting guna mengadakan perubahan budaya agar penerapan TQM dapat berjalan dengan sukses.
- e. Kerjasama tim; Dalam organisasi yang dikelola secara tradisional seringkali diciptakan persaingan antar departemen yang ada dalam organisasi tersebut agar daya saingnya terdongkrak. Sementara itu, dalam organisasi yang menerapkan TQM, kerjasama tim, kemitraan, dan hubungan dijalin dan dibina, baik antar karyawan perusahaan maupun dengan pemasok, lembaga-lembaga pemerintah, dan masyarakat sekitarnya.
- f. Perbaikan secara berkesinambungan; Setiap produk dan atau jasa dihasilkan dengan memanfaatkan proses-proses tertentu di dalam suatu sistem/ lingkungan. Oleh karena itu, sistem yang ada perlu diperbaiki

secara terus-menerus agar kualitas yang dihasilkannya dapat makin meningkat (Tjiptono Fandi, 2003: 15).

- g. Pendidikan dan pelatihan; Dewasa ini masih terdapat perusahaan yang menutup mata terhadap pentingnya pendidikan dan pelatihan karyawan. Kondisi seperti itu menyebabkan perusahaan yang bersangkutan tidak berkembang dan sulit bersaing dengan perusahaan lainnya, apalagi dalam era persaingan global. Sedangkan dalam organisasi yang menerapkan TQM, pendidikan dan pelatihan merupakan faktor yang fundamental. Setiap orang diharapkan dan didorong untuk terus belajar. Dengan belajar, setiap orang dalam perusahaan dapat meningkatkan keterampilan teknis dan keahlian profesionalnya.
- h. Kebebasan yang terkendali; Dalam TQM, keterlibatan dan pemberdayaan karyawan dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah merupakan unsur yang sangat penting. Hal ini dikarenakan unsur tersebut dapat meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab karyawan terhadap keputusan yang telah dibuat. Meskipun demikian, kebebasan yang timbul karena keterlibatan dan pemberdayaan tersebut merupakan hasil dari pengendalian yang terencana dan terlaksana dengan baik
- i. Kesatuan tujuan; Supaya TQM dapat diterapkan dengan baik, maka perusahaan harus memiliki kesatuan tujuan. Dengan demikian, setiap usaha dapat diarahkan pada tujuan yang sama. Akan tetapi, kesatuan tujuan ini tidak berarti bahwa harus selalu ada persetujuan/ kesepakatan antara pihak manajemen dan karyawan, misalnya mengenai upah dan kondisi kerja.
- j. Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan; Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan dapat meningkatkan kemungkinan dihasilkannya keputusan yang baik, rencana yang baik, atau perbaikan yang lebih efektif, karena juga mencakup pandangan dan pemikiran dari pihak-pihak yang langsung berhubungan dengan situasi kerja serta meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab atas keputusan dengan melibatkan orang-orang yang harus melaksanakannya

### **3.Prinsip *Total Quality Management* ( TQM )**

TQM merupakan suatu konsep yang berupaya melaksanakan sistem manajemen kualitas. Dan menurut Hensler dan Brunell ada empat prinsip utama dalam TQM. Keempat prinsip tersebut sebagai berikut:

- a. Kepuasan Pelanggan; Dalam TQM konsep mengenai kualitas dan pelanggan diperluas. Kualitas tidak hanya bermakna kesesuaian dengan spesifikasi – spesifikasi tertentu, tetapi kualitas tersebut di tentukan oleh pelanggan. Pelanggan itu sendiri meliputi pelanggan internal dan

pelanggan eksternal. Kebutuhan pelanggan di usahakan untuk dipuaskan dalam segala aspek, termasuk didalamnya harga, keamanan, dan ketepatan waktu.

- b. Respek terhadap Setiap Orang; Dalam perusahaan yang kualitasnya tergolong kelas dunia, setiap karyawan dipandang sebagai individu yang memiliki talenta dan kreativitas yang khas. Dengan demikian, karyawan merupakan sumber daya organisasi yang paling bernilai. Manajemen Berdasarkan Fakta
- c. Perbaikan Berkesinambungan; Agar dapat sukses, setiap perusahaan perlu melakukan proses sistematis dalam melaksanakan perbaikan secara berkesinambungan. Konsep yang berlaku disini adalah siklus PDCAA (plan, do, check, act, analyze), yang terdiri dari langkah-langkah perencanaan, dan melakukan tindakan korektif terhadap hasil yang diperoleh.

#### **4. Kepuasan Pelanggan**

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyertakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan (Rambat Lupiyoadi & A. Hamdan, 2006: 192).

Kepuasan pelanggan dapat di definisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Jika pelanggan merasakan bahwa kualitas dari produk melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka, maka kepuasan pelanggan akan menjadi tinggi. Sedangkan pada sisi lain apabila pelanggan merasakan bahwa kualitas dari produk lebih rendah atau lebih kecil dari kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka, maka kepuasan pelanggan akan menjadi lebih rendah (M. Nur, Nasution, 2005: 48).

Menurut Band (1972: 79) yang dikutip dari bukunya Nasution menyatakan definisi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut.

*Satisfaction is the state in which customer needs, wants and expectations, through the transactin cycle, are not or exceeded, resulting in repurchase and continuing loyalty. In other words, if costomer satisfaction could be expressed as a ratio, it would look like this: costomer satisfaction = perceived quality: needs, wants and expectations.*

Definisi kepuasan pelanggan dari Band di atas, merumuskan kepuasan pelanggan sebagai perbandingan antara kualitas dari barang atau jasa yang dirasakan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan. Lebih

lanjut Band mengemukakan, apabila telah tercapai kepuasan pelanggan, maka akan timbul pembelian ulang dan kesetiaan.

Menurut Oliver yang dikutip dalam bukunya Nasution mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai berikut.

*Satisfaction is the customers's fulfillment response. It is a judgement that a product or service feature, or the product or service itself, provided (or is providing) a pleasurable level of consumption related fulfillment, including levels of under or overfulfillments.*

Arti dari *pleasurable fulfillment* disini yaitu, apakah barang atau jasa dapat memenuhi kesenangan (pleasure), yaitu keinginan, hasrat dan tujuan yang diinginkan. Berdasarkan definisi diatas, dapat diketahui bahwa kepuasan merupakan tanggapan pelanggan. Kepuasan adalah penilaian pelanggan terhadap penampilan dan kinerja terhadap barang atau jasa itu sendiri, apakah dapat memenuhi tingkat keinginan, hasrat, dan tujuan pelanggan (M. Nur, Nasution, 2005: 51).

### **5. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Makin banyak perusahaan yang mulai menyadari tentang perlunya memastikan tentang kepuasan pada pelanggannya. Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut :

- a. Sistem Keluhan dan Saran; Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu memberikan kesempatan seluas luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.
- b. Ghost Shopping; Metode *Ghost Shopping* berupaya untuk mendapatkan gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*Ghost Shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.
- c. *Lost Customers Analysis*; *Lost costumers* adalah para pelanggan yang telah berhenti membeli atau berpindah ke pemasok lain Prinsip dasar.
- d. Survey kepuasan pelanggan;

### **6. Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan**

Faktor utama penentu kepuasan pelanggan atau jamaah menurut Handi Irawan ada lima faktor, sebagai berikut:

- a) Harga; Untuk pelanggan atau jamaah yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapat *Value for money* yang tinggi.
- b) Kualitas pelayanan; Jamaah merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai apa yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang populer adalah *Serqual* yang dikembangkan oleh *parasuraman*, *Berri* dan *Zeithaml*. Berdasarkan konsep ini, kualitas pelayanan mempunyai lima dimensi yaitu *Reabilty*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangible*.
- c) Faktor emosional; Jamaah yang merasa bangga dan yakin bahwa orang lain kagum terhadapnya apabila menggunakan produk tertentu, cenderung memiliki kepuasan lebih tinggi.
- d) Biaya dan Kemudahan untuk Mendapatkan Produk atau Jasa; Jamaah akan merasa puas apabila relatif mudah, nyaman, efisien, dalam mendapatkan produk atau layanan. Hal ini disebabkan jamaah tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.
- e) Nilai; Nilai didalam ilmu ekonomi terdapat 2 pengertian nilai guna suatu barang, yaitu nilai Guna Total dan Nilai Guna marginal.

## **Metodologi Penelitian**

### **1. Populasi dan sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah jamaah umrah PT. Mustika Kartika Samudera pada bulan Januari – Maret 2018 dengan jumlah jamaah 1237 jamaah. Pengambilan sampel pada penelitian ini *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada di dalam populasi untuk dijadikan sampel. Rumus perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, dengan errornya sebesar 5% sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 92 orang.

### **2. Tempat dan waktu Penelitian**

Adapun lokasi Penelitian skripsi ini yaitu pada PT. Mustika Kartika Samudera Tour and Travel: Ruko Harvest JL. WR Supratman Ciputat Timur, Tangerang Selatan. Waktu Penelitian dilaksanakan selama kurun waktu 5 bulan, yaitu mulai bulan April – Agustus 2018

### **3. Sumber Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan sumber data sekunder. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah jamaah umrah PT. Mustika Kartika

Samudera.Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa dokumen-dokumen, catatan-catatan dan buku-buku.

#### **4.Indikator Variabel Penelitian**

**Tabel 1 : Indikator Instrumen**

Variabel	Sub Variabel	Komponen dan Deskripsi
<i>Total Quality Management (X)</i>	Fokus pada Pelanggan:	1. Interaksi antara pegawai travel dengan jamaah pada saat mendaftar sebagai jamaah umrah .
		2. Interaksi antara pegawai travel dengan jamaah pada saat memberikan informasi yang ditanyakan oleh jamaah.
		3. Interaksi antara pegawai travel dengan jamaah memudahkan proses administrasi dalam mendaftar sebagai jamaah umrah
		4. Mengadakan bimbingan manasik umrah sebelum keberangkatan
		5. Interaksi antara pegawai travel dengan jamaah pada saat memberi pelayanan di bandara sebelum keberangkatan ke Arab Saudi
		6. Interaksi antara muthowif dengan jamaah pada saat melaksanakan ibadah umrah.
		7. Menyiapkan itinerary (rencana perjalanan) setiap pemberangkatan jamaah umrah
	Obsesi terhadap kualitas	1. Kenyamanan transportasi pesawat udara, transportasi darat ketika di Makkah dan Madinah.
		2. Kenyamanan fasilitas hotel di Makkah dan Madinah
		3. Fasilitas cathering selama di Makkah dan Madinah.
4. Kecepatan dan kesigapan pegawai dalam memberikan pelayanan terhadap jamaah.		
5. Keramahan, kesopanan pegawai terhadap jamaah umrah.		
6. Kemampuan pegawai travel dalam berkomunikasi dengan jamaah.		
7. Kamanan jamaah umrah selama perjalanan hingga sampai di tanah air		
Pendekatan Ilmiah	1. Kemampuan pegawai dalam memecahkan masalah dengan menggunakan prosedur secara sistematis	
	2. Materi manasik yang diberikan sebelum keberangkatan sangat membantu dalam pelaksanaan ibadah umrah	
Komitmen	1. Jadwal keberangkatan yang ditetapkan sesuai dengan tanggal yang dipilih jamaah umrah.	

	2. Fasilitas yang diberikan selama ibadah umrah sesuai dengan produk yang ditawarkan
Kerja sama tim (teamwork)	1. Kemampuan pegawai travel dalam menjalankan tugas sesuai dengan divisinya
	2. Keseragaman jawaban yang diberikan oleh pegawai travel atas pertanyaan dari jamaah.
	3. Kemampuan pegawai travel dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan.
	4. Kerjasama antar pegawai travel pada setiap divisi dalam menyediakan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan jamaah.
Perbaikan sistem secara berkelanjutan	1. Perusahaan menetapkan target perbaikan secara berkelanjutan
	2. Melakukan perbaikan terus-menerus pada setiap bagian.
Pendidikan dan pelatihan	1. Pendidikan dan pelatihan diperlukan untuk meningkatkan sumber daya manusia.
	2. Pendidikan dan pelatihan diperlukan bagi karyawan baru.
Kebebasan yang terkendali Kesatuan tujuan	1. Kebebasan mengeluarkan pendapat sesuai dengan permasalahan yang di hadapi
	1. Adanya kesatuan tujuan antara travel dan para jamaah umrah.
Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan	1. Kepedulian pegawai terhadap peraturan yang ada di travel
	2. Kepedulian pegawai dalam menjalankan tugas sesuai dengan SOP
Kepuasan Pelanggan (y)	1. Kepuasan terhadap fasilitas yang disediakan oleh pihak travel
	2. Kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak travel
	3. Kemudahan diberikan kepada jamaah oleh pihak travel

*Sumber: Instrumen penelitian diadopsi dari skripsi amin kurniawati, Pengaruh Penerapan TQM Pada kepuasan pelanggan pada hotel Tawamangu.*

## **5. Instrumen Penelitian**

Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas penelitian ini adalah rumus korelasi *Pearson Product Moment* dan menggunakan program SPSS 20.0 *for windows*. Setelah dilakukan uji validitas dengan teknik *Product Moment* pada skala Total Quality Management, dari 36 item butir pernyataan yang diajukan seluruh pernyataan sudah valid. Sedangkan pada skala kepuasan jamaah, dari 6 butir pernyataan yang diujikan semuanya valid.

Pengujian reliabilitas instrument penelitian ini teknik *alfa Cronbach*. Dari hasil penelitian diperoleh nilai *Cronbach Alfa* Untuk Variabel *Total*

Quality Management sebesar 0,96, hal ini menunjukkan bahwa variabel Total Quality Management adalah reliabel. Nilai Cronbach alfa untuk variabel kepuasan jamaah umrah sebesar 0,87, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan jamaah umrah adalah reliabel.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Tahapan pengumpulan data ini adalah sebagai berikut:

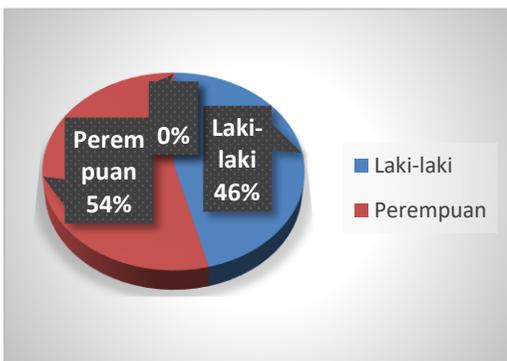
1. Observasi atau pengamatan
2. Penyebaran kuesioner
3. Wawancara

## 7. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah Uji Koefisien Korelasi, Uji Regresi Linier Sederhana, Uji Koefisien Determinasi, Uji F-test

## Pembahasan

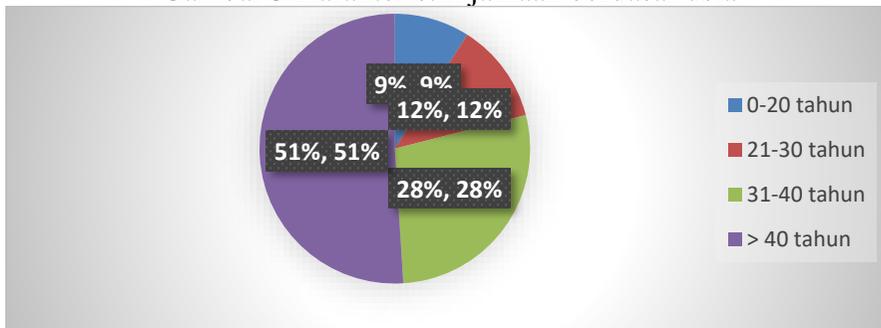
Gambar 2 Deskripsi Data Responden Penelitian



Dari data di atas terdapat 92 responden, yang terdiri dari 42 responden yang berjenis kelamin laki-laki atau sebanding dengan 46 % dan responden yang berjenis kelamin perempuan atau sebanding dengan 54 %.

### a. Karakteristik Jamaah Berdasarkan Usia

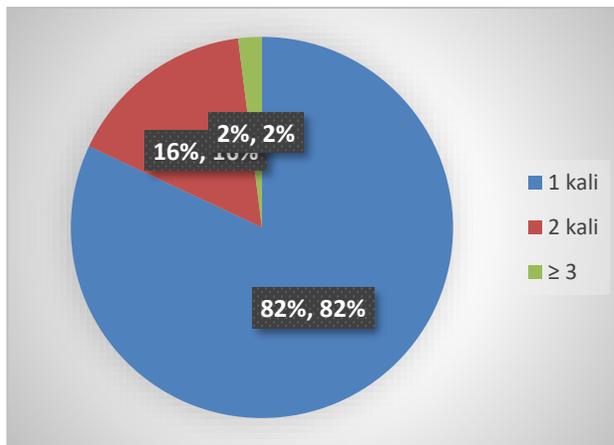
Gambar 3 Karakteristik jamaah berdasar usia



Dari data yang terdapat pada diagram diatas yang terdiri dari 92 responden, yang berusia 0-20 tahun terdapat 8 responden (9 % ), usia 21-30 tahun terdapat 11 responden (12 % ), usia 31-40 tahun terdapat 26 responden ( 28 %), dan yang terakhir usia diatas 40 tahun terdapat 47 responden ( 51 % ), presentase golongan usia tertinggi terdapat pada usia diatas 40 tahun yaitu sebesar ( 51 % ).

- b. Karakteristik Jamaah Berdasarkan Banyaknya Jumlah Berangkat.

**Gambar 4 Karakteristik jamaah berdasar jumlah berangkat**



Berdasarkan data dari pengisian kuesioner dapat diketahui bahwa jumlah responden yang telah menggunakan jasa PT. Mustika Kartika 2Samudera sebanyak 92 responden. Jamaah 1 kali menggunakan jasa MKS terdapat 75 responden ( 82 % ), 15 responden (16 % ) 2 kali menggunakan jasa MKS, dan 2 responden ( 2 % ) yang lebih dari 3 kali berangkat umroh bersama travel MKS.

### **Analisis Data Penelitian**

#### **Koefisien Korelasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah dengan menggunakan *software SPSS 20.0 for windows*, nilai korelasi antara variabel TQM dengan Kepuasan jamaah sebesar 0,677 dan nilai  $P_{value}$  sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alfa = 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ada korelasi antara antara variabel TQM dengan Kepuasan jamaah.

#### **Regresi Linier Sederhana**

Uji regresi ini menggunakan uji serentak dengan menggunakan uji F (Anova) dengan  $P_{value}$  sebesar 0,000. Dengan menggunakan alfa 0,05 maka

dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel Total Quality Manajemen terhadap Kepuasan jamaah.

#### Nilai Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,459 hal ini menunjukkan bahwa keragaman kepuasan jamaah dapat ditelusuri/diduga oleh Total quality Manajemen sebesar 45,9%.

#### Penutup

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan menggunakan uji koefisien korelasi antara pengaruh *Total Quality Management* terhadap kepuasan jamaah umrah pada travel Mustika Kartika Samudera adalah 0,677. Nilai korelasi berada diantara  $0,40 < KK \leq 0,70$  yang berarti cukup berarti atau sedang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara pengaruh *Total Quality Management* dan kepuasan jamaah PT. Mustika Kartika Samudera adalah sedang.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variable independen yakni *Total Quality Management* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen yaitu kepuasan jamaah secara simultan. Hasil perhitungan menggunakan uji F dihasilkan nilai probabilitas dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ,karena nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak, sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan “ terdapat pengaruh secara signifikansi antara penerapan *Total Quality Management* terhadap kepuasan jamaah umrah” diterima atau terbukti kebenarannya.
3. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji koefisien determinasi antara penerapan *Total Quality Management* dengan kepuasan jamaah sebesar 45,9 %, angka ini menunjukkan bahwa sebesar 45,9 % kepuasan jamaah yang terjadi di pengaruhi oleh *Total Quality Management*, dan sisanya 54,1 % di pengaruhi oleh faktorlainnya.

#### Daftar Pustaka

- Abdul Aziz dan Kustini, *Ibadah Haji Dalam Sorotan Publik*, Jakarta: Puslitbang Kehidupan dan Keagamaan, 2007
- Antonio Muhammad Syafii, *Buku Cerdas Haji dan Umrah*, Jakarta: Tazkia Publishing 2015,
- Arifin, Gus, *Ensiklopedia Fiqih Haji dan Umrah*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014
- Dirjen Penyelenggara Haji dan Umrah, *Dinamika dan Perspektif Haji Indonesia*, 2012, edisikedua,

- Gaspers, V, *Manajemen Kualitas*, Jakarta: PT. Gramedia, 2001
- George, R, Terry, *Principles of Management*, George Town: Richard D, Irwing Inc, 6<sup>th</sup> Edition 197
- Kartono, Ahmad, *Solusi Hukum Manasik dalam Permasalahan Ibadah Haji Menurut Empat Madzhab*, Jakarta: Pustaka Cendikia muda, 2016
- Kasmir, *Manajemen perbankan*, Jakarta: PT GrafindoPersada, 2003, cet IV
- Lupiyoadi, Rambat& A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006, Edisi 2
- Irawan,Handi, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Elex Media Komputido, 3002
- Nasution,M. Nur, *Manajemen Mutu Terpadu( Total Quality Management )*, Bogor: Ghalia Indonesia 2005, Edisikedua
- Rivai, Veithzal dan Ella Jauvani Sagala, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, Depok: Rajawali Press, 2013
- Sumarsan,Thomas.*Sistem Pengendalian Manajemen Konsep Aplikasi dan Pengukuran Kinerja*, Jakarta: Indeks, 2009
- Siswanto, *PengantarManajemen*, Jakarta: PT. BumiAksara, 2007
- Tjiptono,Fandy dan Anastasia Diana, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Offset, 1995
- www. Haji.go.id