

IMPLEMENTASI TOTAL QUALITY MANAGEMENT SEBAGAI UPAYA MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN PT. ASAFA GLOBAL WISATA MAKASSAR

Nasrullah^{*1}, Fitriani Latief², Sri Prilmayanti³

Jurusan manajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar

E-mail: ¹nasrullah@gmail.com, ²fitri@stienobel-indonesia.ac.id

³sriprilmayanti@stienobel-indonesia.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi Total Quality Management (TQM) terhadap loyalitas pelanggan PT. Asafa Global Wisata Makassar.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan manajemen. Adapun sumber data yang digunakan adalah Direktur, Admin, dan pelanggan PT. Asafa Global Wisata Makassar dengan pengumpulan data observasi, wawancara, serta dokumentasi sehingga teknik pengolahan analisis data yaitu reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi yang dilakukan oleh PT. Asafa Global Wisata Makassar dalam upaya menciptakan kepuasan hingga loyalitas pelanggan oleh perusahaan antara lain, fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, komitmen jangka panjang, pendekatan ilmiah, pendidikan dan pelatihan, kerja sama tim, serta keterlibatan dan pemberdayaan karyawan berhasil diterapkan sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan pelanggan loyal menggunakan jasa yang disediakan oleh PT. Asafa Global Wisata Makassar. Meskipun PT. Asafa Global Wisata Makassar masih tergolong perusahaan baru tapi sudah bisa menerapkan implementasi TQM dengan baik.

Implikasi dari penelitian ini adalah (1) PT. Asafa Global Wisata Makassar harusnya menyediakan kotak saran sehingga pelanggan dapat memberikan saran ataupun keluhan secara langsung demi meningkatkan kualitas layanan yang diberikan (2) PT. Asafa Global Wisata Makassar harusnya menyediakan AC agar ruang tunggu pelanggan saat antri merasa nyaman

Kata kunci: Unsur-unsur Total Quality Management, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine how the implementation of Total Quality Management (TQM) toward customer loyalty at PT. Asafa Global Wisata Makassar.

This type of study used a qualitative methods with a management approach. The data sources used were the Director, Admin, and customers of PT. Asafa Global Wisata Makassar by collecting observation data, interviews, and documentation. So that the data analysis processing techniques were reduction, data presentation, and conclusion.

The results of this study indicate that the implementation processed by PT. Asafa Global Wisata Makassar in an effort to create customer satisfaction and loyalty by the company, among others, focus on customers, obsession with quality, long-term commitment, scientific approach, education and training, teamwork, and employee involvement and empowerment have been successfully implemented so that the company can optimize. Loyal customers use services provided by PT. Asafa Global Wisata Makassar. Although PT. Asafa Global Wisata Makassar is still a new company but has been able to implement TQM properly.

The implications of this study are (1) PT. Asafa Global Wisata Makassar should provide a suggestion box so that customers can provide suggestions or complaints directly in order to improve the quality of services provided (2) PT. Asafa Global Wisata Makassar should provide air conditioning so that the waiting room for customers when queuing feels comfortable

Keywords: Elements of Total Quality Management, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk melaksanakan aktifitas bisnis ataupun wisata disuatu daerah, pariwisata semakin berkembang pesat begitupun travel yang memiliki prospek masa depan yang didampingi dengan kegiatan kepariwisataan, Pariwisata merupakan salahsatu faktor penunjang perekonomian di

Indonesia karena menjadi sumber pendapatan terbesar kedua setelah pajak, (Muljadi, 2009) Pariwisata menjadi sumber pajak dan pendapatan untuk penjualan jasa kepada para wisatawan Undang-undang No.10 Tahun 2009 kegiatan pariwisata yang didukung oleh fasilitas layanan yang di sediakan pengusaha, masyarakat, maupun pemerintah daerah. Sarana dan prasarana pariwisata meliputi biro perjalanan wisata, perusahaan akomodasi, hotel, restoran, dan objek wisata dan prasarana meliputi airport, sea-port dan angkutan umum, terminal, system telekomunikasi, pelayanan kesehatan dan keamanan.

Loyalitas pelanggan sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk/jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, namun tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk/jasa tersebut, pelanggan yang loyal memiliki prasangka spesifik mengenai apa yang akan dibeli dan dari siapa pembelinya bukan merupakan peristiwa acak.

Loyalitas menunjukkan kondisi dari durasi \waktu dan mensyaratkan bahwa tindakan kurang dari dua kali memakai produk atau jasa (Jill Griffin, 2003). Untuk pengambilan sebuah keputusan menunjukkan bahwa keputusan untuk membeli mungkin dilakukan oleh lebih dari satu orang, keputusan pembelian dapat menunjukkan kompromi yang dilakukan seseorang dalam unit, dapat menjelaskan mengapa ia terkadang tidak loyal pada produk atau jasa yang paling disukainya.

Loyalitas pelanggan sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk/jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, namun tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk atau jasa tersebut.

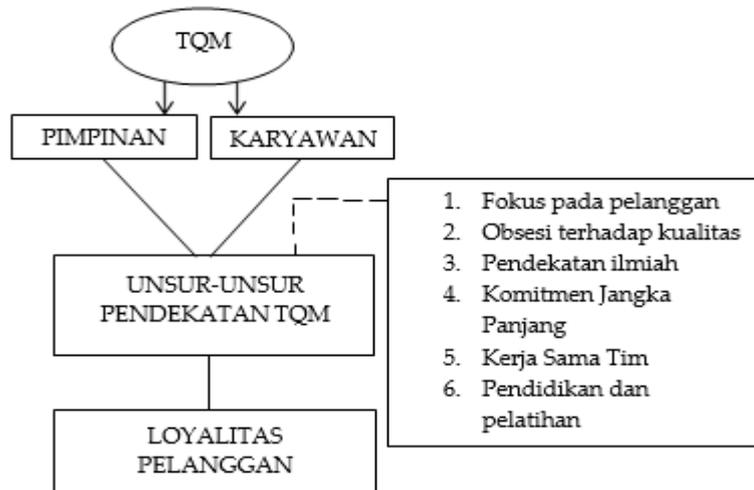
Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan untuk memakai jasa atau produk secara berulang maka dibutuhkan suatu konsep ataupun sistem manajemen yang bisa diterapkan oleh perusahaan dalam melakukan pendekatan kepada pelanggan sehingga perusahaan bisa memperbaiki sistem manajemen melalui penerapan Total Quality Management.

Total Quality Management suatu konsep yang berupaya melaksanakan sistem manajemen kualitas kelas dunia. Menurut Firman, A., Mustapa, Z., Ilyas, G. B., & Putra, A. H. P. K. (2020) Penerapan TQM akan mendorong peningkatan kinerja manajerial. Untuk ini diperlukan perubahan besar dalam budaya dan sistem nilai suatu organisasi, Menurut Hensler dan Brunell (dalam Scheuing dan Christoper, 2004). Kepuasan pelanggan mengenai kualitas dan pelanggan serta kebutuhan pelanggan untuk dipuaskan dari berbagai aspek. Kualitas yang dihasilkan oleh suatu perusahaan sama dengan nilai(value) dalam rangka meningkatkan kualitas hidup pelanggan, dan melalui pendekatan-pendekatan TQM dalam menjalankan usaha meliputi fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, komitmen jangka panjang, kerja sama tim (teamwork), perbaikan sistem secara berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, kebebasan yang terkendali, kesatuan tujuan dan adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan.

PT. Asafa Global Wisata adalah perusahaan jasa di Makassar yang fokus pada pelayanan jasa atau usaha pariwisata yang beroperasi April 2019. Kualitas layanan ialah fokus utama pada perusahaan ini. Produk yang dimiliki PT. Asafa Global Wisata Makassar antara lain : umrah dan haji, perjalanan wisata domestik dan internasional serta tiket pesawat.

Kerangka Konseptual

Implementasi TQM dapat meningkatkan daya saing sehingga perusahaan dapat memaksimalkan daya saing perusahaan, dalam melakukan pendekatan ke pelanggan sehingga perusahaan dapat membuat pelanggan loyalitas terhadap produk/jasa yang dimiliki. Berikut ini bentuk penyederhaan bentuk konseptual sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Data yang diambil oleh peneliti secara langsung di tempat objek meneliti (Siregar, 2014), Data primer ini hasil dari wawancara Pimpinan, Palanggan dan Admin PTAsafa Global Wisata Makassaryang memberikan informasi langsung dari hasil wawancara mengenai implentasi TQM. Menurut (Supardi, 2005) Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana manusia dijadikan sebagai instrumen dan disesuaikan dengan situasi dengan pengumpulan data yang bersifat kualitatif. Metode kualitatif yang menghasilkan deskripsi ataupun kata-kata secara lisan mau tulisan dengan perilaku yang diamati sehingga kondisi yang dialami sebagai instrumen kunci teknik pengambilan data dilakukan secara triangulasi (Gabungan) yang bersifat induktif, dan hasil penelitian ini menekankan makna pada generelasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penerapan TQM di PT. Asafa Global Wisata Makassar

PT.Asafa Global Wisata Makassar salah satu penyedia layanan pariwisata terkhusus tiket pesawat, hotel, tour domestik dan internasional, Umroh dan Hjyang terus membuat pelayanan yang sangat berkualitas bagi para calon konsumen ataupun konsumen yang telah memakai jasa perusahaan.

Perusahaan akan memperbaiki setiap pelayanan yang diberikan sehingga pelayanan yang diberikan selanjutnya akan lebih baik dan memuaskan para konsumen atau pelanggan, mulai dari proses pemesanan tiket pesawat, hotel hingga restoran maupun Umroh dan Hj, Kehadiran TQM menjadi acuan bagi perusahaan sebagai pemecahan masalah dalam hal layanan di PT.Asafa Global Wisata Makassar.

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penerapan TQM untuk memberikan pelayanan yang sangat baik sehingga meningkatkan kualitas dari perusahaan

atau pelayanan di PT.Asafa Global Wisata Makassar. Antara lain :

1. Fokus Pada Pelanggan

Sesuai dengan Misi utama dari PT.Asafa Global Wisata Makassar adalah menjaga kesepakatan awal dengan pelanggan dan memberikan pelayanan yang maksimal, nyaman hingga keamanan serta kepuasan bagi seluruh pelanggan PT.Asafa Global Wisata Makassar.

Untuk membuat fokus pada pelanggan dapat dijalankan dengan menempatkan karyawan berinteraksi langsung dengan pelanggan, dengan memperberdayakan karyawan untuk mengambil tindakan sehingga pelanggan dapat terpenuhi keinginan dalam segala hal dalam memakai jasa PT.Asafa Global Wisata Makassar

Kepuasan pelanggan harus diberikan pada setiap layanan yang diberikan, seperti disampaikan oleh direktur utama PT.Asafa Global Wisata Makassar :

“baik alhamdulillah, mulai dari kami membuka perusahaan ini hingga hari ini memang tujuan utama kita adalah bagaimana supaya kepuasan pelanggan itu menjadi hal utama, jadi itu yang menjadi tujuan kita sehingga pelanggan atau konsumen, itu bisa memakai jasa kami secara berulang dan bentuk pelayanannya itu sangat banyak mulai dari pelayanan berupa first respon, kemudian membantu segala apapun yang diminta kemudian melayani dia dengan hati, itu adalah salah satu bentuk pelayanan yang dimana tamu atau konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang kami berikan” (Sumber : Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember 2020)

Serta pelayanan yang di berikan oleh admin dari PT.Asafa Global Wisata Makassar ketika memberikan pelayanan bagi calon pelanggan yang ini menggukan jasa perusahaan, Hal tersebut yang disampaikan oleh admin PT.Asafa Global Wisata Makassar yaitu:

“bentuk pelayanan yang saya berikan itu sebenarnya ada dua yang pertama first respon atau respon cepat yang kedua itu kita memberikan kemudahan para pelanggan, maksudnya first respon kami akan merespon dengan cepat apa saja pertanyaan yang diberikan oleh para pelanggan dan salah satu contoh kemudahan yang kami berikan juga yaitu apabila seorang pelanggan ingin umroh kadang travel-travel lain itu meminta DP, disini kami tidak meminta DP kami meminta pembayaran setelah melakukan pengurusan visa jadi itu saja salah satu bentuk pelayanan yang kami berikan di asafa travel” (Sumber : Hasil Wawancara Admin PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember 2020)

Jadi sebuah respon yang cepat salah satu bentuk pelayanan diberikan oleh perusahaan hingga memberikan kemudahan pelanggan yang ingin melaksanakan Umroh, Hal ini juga yang di Sampaikan oleh direktur perusahaan yaitu :

“seperti yang saya sampaikan tadi salah satu bentuk layanan yang utama yang kami berikan adalah first respon atau respon cepat jadi kebanyakan travel diluar sana itu menunda untuk merespon terhadap permintaan paket wisata atau permintaan layanan yang diminta oleh tamu sementara kita menyediakan fasilitas atau layanan first respon hal ini dilakukan agar tamu itu bisa merasa puas dan merasa cepat tertangani sehingga tamu atau konsumen bisa memakai jasa kami lagi seperti itu” (Sumber : Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember 2020)

Dalam melaksanakan sebuah pelayanan tentunya ada beberapa pelanggan complain yang terjadi dan perusahaan selalu memberikan solusi dari pelanggan yang complain, seperti yang dikemukakan oleh admin PT.Asafa Global Wisata Makassar :

“jika pelanggan complain kami kadang selalu yang pertama itu memohon maaf lalu memberikan solusi kepada pelanggan terhadap masalah yang apa dia complain” (Sumber : Hasil Wawancara Admin PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember

2020)

Dan yang sering terjadi juga kesalah pahaman yang terjadi oleh konsumen seperti yang disampaikan oleh Direktur PT.Asaf Global Wisata Makassar

“komplain itu biasanya itu cuman kesalah pahaman dari tamu ketika ada perubahan jadwal, Tapi setelah itu kami memberikan pengertian kepada pelanggan. (Sumber : Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar, 05 Januari 2020)

Tidak hanya itu dalam menanggapi bentuk komplain yang di Sampaikan oleh Direktur yaitu :

“hal yang utama yang biasa kami berikan kepada pelanggan jika terjadi komplain yaitu yang pertama meminta maaf atas ketidak nyamanan yang dirasakan kemudian mencari solusi tentangkomplain atau masalah yang sementara dipermasalahkan, hal ini dilakukan supaya tamu merasa cepat ditangani komplainnya supaya tamu atau masalah yang terjadi itu tidak berlarut larut seperti itu sehingga ada jalan keluar disetiap komplain yang terjadi seperti itu” (Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember 2020)

Dengan pelayanan yang sangat memperhatikan pelanggan dengan merespon cepat dan diberikan kemudahan sebagai hal yang utama dalam menjalankan visi dan misi perusahaan telah dirasakan langsung oleh pelanggan yang telah menggunakan jasa PT.Asafa Global Wisata Makassar secara berulang, seperti yang di sampaikan oleh pelanggan PT.Asafa Global Wisata Makassar sebagai berikut :

“karena menurut saya setiap layanan yang saya minta itu diresponden baik dan cepat oleh karyawan asafa travel jadi tamu merasa dilayani dengan baik” (Sumber : Hasil Wawancara Pelanggan PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember 2020)

Pada dasarnya sebuah keinginan pelanggan dapat diukur melalui beberapa teknik dan metode, Ada beberapa macam metode untuk mengukur kepuasan sebagai berikut :

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang berfokus pada pelanggan tentunya memberikankesempatan yang luas untuk memberikan keluhan atau saran seperti kotak saran, kartu komentar atau lainnya

2. Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan yang melakukan survei kepuasan baik melalui wawancara, telepon, maupun Pos dengan demikian perusahaan mendapatkan respon atau tanggapan dan umpan balik dari pelanggan.

Dengan 2 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, Seperti halnya yang dikemukakan oleh Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar:

“sejauh ini kami membuka layanan kantor, untuk saat ini kami belum menyediakan kotak saran tetapi kotaknya hanya berupa secara online jadi biasanya kami yang pertama itu telfon custumernya tentang apa pelayanan-pelayanan yang kurang atautah kita datang langsung ke tamu atau jamaahnya jika telah selesai melakukan perjalanan wisata atau pembelian di asafa travel service selain itu kami juga biasanya menyediakan quisioner sehingga hal itu menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan atau kepuasan costumer dan didalamnya ada juga berupa saran dan kritik terhadap pelayanan yang diberikan” (Sumber : Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember 2020)

Dengan metode pengukuran kepuasan pelanggan ini perusahaan dapat memperbaiki pelayanan yang diberikan sehingga kedepannya bisa memperbaiki layanan menjadi lebih baik sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dari segala aspek.

Pembahasan serta wawancara dari informan dirangkum dalam Hasil tabel Fokus pada pelanggan :

Tabel 1. Fokus Pada Pelangan

Pelayanan yang di berikan oleh PT.Asafa Global Wisata Makassar	
1. First Respoon	Dimana Kosumen yang ingin menanyakan mengenai harga tiket, tour serta umroh dan Hj akan di respon dengan cepat oleh Admin PT.Asafa Global Wisata Makassar/
2. Kemudahan Bagi Jama'ah yang ingin melaksanakan umroh	Dimana Konsumen yang ingin berangkat umroh, akan diberikan kemudahan yaitu berupa pembayaran, Dimana Pembayaran dapat dilakukan setelah pengurusan Visa sudah keluar
Komplain Yang Terjadi dan Solusi Yang Diberikan	
Komplain	Pelanggan Kadang Merasa salah paham dengan pihak konsumen ketika ada perubahan jadwal pada saat mengikuti tour
Solusi	Meminta maaf setelah itu diberikan penjelasan dmengenai perubahan jadwal yang terjadi dan setiap permsalahan akan diberikan solusinya dan dapat terselesaikan
Metode yang digunakan Oleh Asafa Global Wisata Makassar Untuk mengukur kepuasan dan mengukur	
Kusioner Online	Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen ketika sudah mengikuti Tour melalui form yang disediakan di kusioner online agar dapat memberikan saran, kritikan ataupun masukan.
Mensurvey Konsumen melalui via Telepon	Dimana perusahaan akan menelepon konsumen menanyakan langsung keluhan yang terjadi saat mengikuti tour, pemesanan tiket (Layanan yang diberikan oleh Admin) ataupun umroh.

2. Obsesi terhadap kualitas

Dalam organisasi yang menerapkan TQM, penentu akhir kualitas pelanggan internal dan eksternal. Dengan kualitas yang diterapkan tersebut, organisasi harus terobsesi untuk memenuhi atau melebihi apa yang ditentukan. Hal ini berarti bahwa semua karyawan pada setiap level berusaha melaksanakan setiap aspek pekerjaannya berdasarkan perspektif.

Dalam organisasi apapun harus memiliki obsesi terhadap kualitas karena Obsesi terhadap kualitas merupakan pemikiran yang mengharapakan semua pelanggan dapat

terpenuhi kepuasannya, Dari pengamatan yang dilakukan peneliti di PT.Asafa Global Wisata Makassar adalah organisasi tersebut memiliki obsesi terhadap kualitas, hal ini dapat dilihat dari fasilitas yang disediakan yaitu WIFI, Sebagai salah satu layanan dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan adalah menyediakan wifi untuk mempermudah pelanggan mengakses internet sehingga pada saat mengantri pendaftaran administrasi bisa menggunakan layanan wifi secara gratis. Dan hasil dari pembahasan diatas di rangkum dalam tabel berikut :

Tabel 2. Obsesi Terhadap Kualitas

Obsesi terhadap kualitas	
Wifi	Hal ini di dasari setelah melakukan observasi selama kurang lebih 30 Hari. PT.Asafa Global Wisata Makassar merupakan perusahaan yang penyedia jasa yang orientasi pada layanan yang di jual dari segi pelayanan atau service ketika membawa konsumen

3. Pendekatan Ilmiah

Pendekatan ilmiah sangat diperlukan dalam pengimplementasian TQM untuk penyelesaian masalah atau persoalan yang ada serta desain pekerjaan yang didesain sehingga data yang diperlukan untuk memantau prestasi karyawan dan melaksanakan perbaikan, pendekatan ilmiah wujudnya adalah metode ilmiah, metode ilmiah merupakan prosedur dalam mendapatkan pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan persoalan yang ada agar dapat dikomunikasikan sehingga masalah yang ada dapat terselesaikan seperti yang dikemukakan oleh Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar yaitu:

“biasanya kami melakukan weekly meeting setiap hari senin jadi setiap permasalahan permasalahan yang terjadi di minggu atau tujuh hari belakangan ini kami itu biasanya mengkomunikasikan dihari senin itu sehingga segala bentuk persoalan itu bisa selesai dihari senin kemudian bisa dievaluasi dan tentu saja kita mencari solusi tentang permasalahan atau persoalan yang terjadi sehingga semua orang merasa senang merasa nyaman bekerja padaperusahaan kami seperti itu” (Sumber : Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember 2020)

Pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain persoalan di dalam perusahaan dapat menyelesaikan masalah-masalah sehingga setiap minggu dapat memecahkan masalah. Seperti halnya yang disampaikan oleh Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar :

“Pembahasan mengenai apa yang telah dikerjakan atau evaluasi, mengawasi dan rencana kerja yang kami bahas setiap senin sehingga semua dapat terselesaikan” (Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar, 24 Januari 2021)

Maka dengan ini peneliti akan membahas melalui Tabel berikut yang diterapkan di PT.Asafa Global Wisata Makassar :

Tabel 3. Pendekatan Ilmiah

Pendekatan Ilmiah	
Weekly Meeting	Membahas masalah satu pekan sebelumnya dan merencanakan untuk pekan selanjutnya, Hal ini yang dilakukan perusahaan dapat tetap melakukan sebuah sistem sehingga dapat berdampak baik bagi perusahaan
Perencanaan	Melakukan sebuah perencanaan pembuatan tiket tour dan paket Umroh untuk satu minggu kedepan
Evaluasi	Mengevaluasi paket tour yang telah dibuat diminati oleh konsumen. Apabila ada yang paket tidak laku dan kurang maka akan di tinjau kembali
Pengawasan	Melihat dan memastikan kembali yang telah direncanakan oleh perusahaan dan melihat progres pada saat dilapangan apakah paket yang dibuat diminati oleh konsumen atau tidak.

4. Komitmen Jangka Panjang

Sebuah budaya yang baru TQM sebagai upaya meningkatkan kualitas layanan jasa dan upaya membuat perusahaan memiliki sebuah budaya yang baru sehingga perusahaan dapat berjalan dengan baik melalui komitmen jangka panjang seperti yang disampaikan oleh Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar :

“Dalam komitmen jangka panjang kami memiliki konitmen dengan perusahaan travel yang bekerja sama dengan kami untuk mendapatkan pendapatan melalui kerja sama kita, dan kita juga berkomitmen dengan pelanggan kami sehingga dapat loyal menggunakan layanan kami, komitmen kami pada saat pemesanan tour ketika harga diawal sudah disepakati kami akan tetap berkomitmen dengan harga yang telah disepakati diawal” (Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar, 24 Januari 2021)

Dengan melaksanakan komitmen jangka panjang tentunya membuat budaya yang baik bagi perusahaan, mendapatkan profit dan menjaga kepercayaan dari pelanggan merupakan hal yang baik untuk dilakukan diperusahaan terutama diperusahaan jasa.

Berikut peneliti akan menjelaskan melalui tabel berikut :

Tabel 4. Komitmen Jangka Panjang

Komitmen Jangka Panjang
PT.Asafa Global Wisata Makassar menerapkan 2 komitmen bagi perusahaan yang bekerja sama dan untuk pelanggannya, Tentunya hal ini didasari dengan TQM yang bisa dapat meningkatkan kualitas dari perusahaan

Perusahaan Yang Bekerja Sama	Pelanggan
<p>PT. Asafa Global Wisata Makassar berkomitmen dengan travel yang lain ketika kami tidak mempunyai paket tour yang tersedia, kami akan menghubungi perusahaan yang memiliki paket tour yang diinginkan dan sebaliknya Ketika perusahaan yang lain tidak mempunyai paket tournya dan kami mempunyai tentunya kita akan membantu untuk menyediakan paket tour yang kita miliki.</p>	<p>Perusahaan ketika mengeluarkan harga paket tour dengan pelanggan, Maka harga itu akan tetap disampa</p>

5. Pendidikan dan Pelatihan

Untuk memberikan pelayanan yang baik, perusahaan memerlukan sumber daya karyawan yang memadai seperti kecakapan berbicara, emosional, kirtis hingga berfikir rasional serta kemampuan akademik, karyawan yang mempunyai kecakapan yang memadai dapat meningkatkan produktifitas kerja dan sebaliknya jika karyawan tidak memiliki kecakapan yang memadai maka pekerjaan yang dilaksanakan susah untuk selesai tepat waktu sehingga pekerjaan akan menumpuk.

Salah satu melandasi penerapan TQM sehingga dapat mengembangkan sumber daya karyawan yang dimiliki sehingga karyawan yang diberikan pelatihan dan pendidikan bisa mendapat ilmu atau pembelajaran baru, Seperti yang disampaikan Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar :

“alhamdulillah kita sendiri atau kami sendiri dari asafa travel service itu pada saat karyawan itu diterima itu memang harus ditraining dulu, harus di training beberapa bulan mungkin dalam waktu tertentu setelah ditraining diberikan penjelasan tentang jobdescription kemudian standar operasional yang diterapkan diperusahaan hal itu yang menjadi dasar agar karyawan mempunyai produk knowlugde atau pengetahuan tentang produk yang akan dia jual kemudian layanan, bentuk pelayanan yang akan diberikan kepada tamu atau konsumen sehingga hal ini kemudian akan meningkatkan kualitas kinerja karyawan di asafa travel service kemudian adapun bentuk bentuk pelatihannya yaitu berupa pengenalan tentang produk wisata yang akan dijual kemudian produk atau layanan lainnya yang ada di asafa travel servicesupaya tamu bisa merasa puas jika ada yang ingin ditanyakan dan tamu bisa untuk memutuskan agar dapat membeli layanan yang ada di asafa service” (Sumber : Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata

Makassar, 29 Desember 2020)

Uraian yang disampaikan oleh Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar dapat di defenisikan melalui tabel berikiut :

Tabel 5. Pendidikan dan Pelatihan

Pendidikan Adalah yang berorientasi pada peningkatan produktifitas kerja pegawai dimasa depan.	Pelatihan Adalah Membantu peningkatkan kemampuan pegawai untuk melaksanakan tugas sekarang.
Pendidikan	
Traning Of Trainer	TOT diperuntukkan untuk karyawan baru, di berikan penjelasan mengenai Jobdescription atau mengatui pekerjaan yang ingin di laksanakan.
SOP	Standar Operasional Perusahaan Untuk karyawan baru, agar mengetahui peraturan perusahaan.
Pelatihan	
Pengenalan Produk Wisata	Karyawan diberikan pengetahuan mengenai Paket Wisata yang perusahaan siapkan demi tercapai kepuasan pelanggan sehingga loyal menggunakan jasa PT.Asafa Global Wisata Makassar.
Peningkatan Pelayanan	Karyawan diberikan peningkatan kualitas kepada Admin untuk berkomunikasi dengan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas ketika bertanya mengenai produk yang dimiliki perusahaan.
Tour dan Ticketing	Karyawan diberikan pelatihan pembuatan Tour Setiap saat melihat kondisi keinginan pelanggan.

Seperti halnya yang disampaikan oleh admin PT.Asafa Global Wisata Makassar :
“kadang mengenai SOP perusahaan, jobdescription, cara pembuatan tiket atau paket tour, dan sejenisnya” (Hasil Wawancara Admin PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember 2020).

Tujuan dilakukan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, hingga karyawan dapat meningkatkan kualitas dari perusahaan secara keseluruhan, dengan adanya pelatihan karyawan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai tugas masing-masing pekerjaan yang dijalani dan dapat membuat paket tour domestik hingga internasional dengan melihat kebutuhan konsumen destinasi wisata yang sangat bagus untuk dikunjungi.

6. Kerja Sama Tim

Dalam mengadakan sebuah sistem penerapan TQM sangat bagus untuk menerapkan Kerja Sama Tim untuk meningkatkan kualitas dari perusahaan, Pimpinan dan karyawan harus membangun sebuah kerja sama dan karyawan dengan pihak-pihak yang lain, Seperti halnya yang disampaikan Direktur PT.Asafa Global Makassar :

“Saya selalu memberikan arahan dengan karyawan untuk bekerja sama dengan perusahaan lain dan bentuk kerja sama dengan travel yang lain yaitu Travel lain biasa memberikan kami beberapa tamu untuk mengikuti tour, begitupun kami juga biasa memberikan tamu ke travel lain, jika kami tidak punya paket tour misalnya tamu memesan paket tour jogja tapi pada saat itu kami tidak punya paket tersebut maka kami melempar tamu itu ke travel yang lain. (Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar, 24 Januari 2021)

Kerja sama ini dapat meningkatkan pendapatan dari perusahaan dan kedua perusahaan sehingga bisa menjadikan mitra bagi perusahaan yang lain. Peneliti akan membuat tabel contoh kerja sama dengan perusahaan yang berkerja sama dalam travel.

Tabel 6. Kerja Sama Tim

Kerja Sama Tim		
1. PT.Asafa Global Wisara Makassar	Memiliki produk tour Lombok, Bali, dan Jogja	Konsumen ingin memesan tour ke labuang bajo. Tentunya PT.Asafa Global Wisata Makassar tidak memiliki paket Tersebut, Maka Perusahaan akan memesan paket tersebut di travel “A” Yang memiliki paket tour ke labuang bajo
2. Travel A	Memiliki tour Labuang Bajo dan Pulau Komodo	Konsumen memesan Tour ke jogja artinya dia tidak memiliki paket tersebut sedangkan “PT.Asafa Global Wisata Makassar” Memiliki paket tour jogja.
Kesimpulan		
Dari kedua calon konsumen memesan ditravel masing-masing tidak memiliki paket tour yang di inginkan calon konsumennya. Maka kedua travel tersebut bekerja sama untuk saling menukar paket tur.		

7. Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan

TQM merupakan suatu konsep adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan untuk meningkatkan kuliatas perusahaan yang berkelas dunia, setiap karyawan di perusahaan merupakan aset yang harus di jaga sehingga setiap karyawan harus dipandang memiliki kemampuan yang dapat meningkatkan kualitas dari perusahaan yang memiliki talenta dan kreatifitas khas, dan karyawan merupakan sumberkekayaan dari perusahaan yang sangat menentukan pencapaian dari tercapainya terget dari perusahaan.

Pelibatan dan pemberdayaan karyawan selalu dikaitkan antara pimpinan dan karyawan dalam mengambil sebuah keputusan yang di ambil agar pelayanan yang diberikan dapat meningkat agar konsumen bisa merasakan kepuasan dalam memakai jasa, tentunya dengan melibatkan karyawan sangat baik bagi perusahaan, seperti yang disampaikan oleh direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar:

“iya tentu saja, setiap masalah-masalah yang terjadi kemudianapa yang ingin

dikerjakan baik itu jangka panjang maupun jangka pendek itu kami sendiri selalu melibatkan karyawan hal ini dilakukan supaya karyawan merasa punya tanggung jawab terhadap pekerjaan yang dimiliki selain itu memang kami lebih menerapkan kerja sama tim dari pada kerja individu karena pada akhirnya yang dilihat dalam suatu perusahaan itu bukan kerjaindividu melainkan kerja sama tim” (Sumber : Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember 2020)

Seperti halnya yang disampaikan oleh admin PT.Asafa Global Wisata Makassar :
“iya tentu saja karena pimpinan melakukan kerja sama tim dalam pengambilan keputusan di perusahaan ini sehingga karyawan jugaselalu merasa selalu terlibat dalam pengambilan keputusannya” (Sumber : Hasil Wawancara Admin PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember 2020).

Dengan adanya perlakuan yang diberikan perusahaan di dalam mengambil keputusan sehingga karyawan mempunyai tanggung jawab dalam melaksanakan pekerjaannya sehingga meningkatkan kualitas dari setiap level pekerjaan untuk meningkatkan pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan.

Untuk perusahaan juga selalu memberikan kesempatan kepada setiap karyawannya dimana karyawan diberikan waktu untuk memberi sebuah masukan terhadap produk yang dimiliki perusahaan sehingga dapat memperbaiki pelayanan kedepannya, seperti dikemukakan oleh direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar :

“iya tentu saja, karyawan adalah hal utama dalam perusahaan kami karena itulah yang menjadi ujung tombak sehingga perusahaan ini bisa berjalan dengan baik tentu saja saran saran itu kami tampung agar menjadi perbaikan dimasa yang akan datang seperti itu” (Sumber : Hasil Wawancara Direktur PT.Asafa Global Wisata Makassar, 29 Desember 2020)

Maka dengan memberikan hak kepada karyawan untuk memberikan masukan dan saran tentunya sangat bermanfaat bagi perusahaan dan outputnya menghasilkan pelayanan yang sangat berkualitas.

Berikut klasifikasi mengenai hasil dari pembahasan di atas :

Tabel 7. Adanya Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan

Adanya Keterlibatan dan Pemberdayaan karyawan	
Pimpinan	Melibatkan Karyawannya sehingga dalam pembauatan Tourdomestik dan internasional sehingga karyawan mempunyai tanggung jawab atas pekerjaan yang telah di kerjakan
Karyawan	Karyawan adalah aset yang dimiliki oleh perusahaan sehingga kami menjadikan karyawan hal yang utama yang akan membuat perusahaan mencapai visi dan misi yang telah di targetkan

Untuk mengimplementasikan TQM ke suatu organisasi banyak perihal yang harus diperhatikan baik pelanggan eskternal hingga internal, untuk meningkatkan upaya yang dilakukan kepada pelanggan agar kebutuhannya dapat terpenuhi sehingga perusahaan harus memprioritaskan TQM agar dapat memberikan layanan yang sangat berkualitas.

TQM dalam sebuah perusahaan di PT.Asafa Global Wisata Makassar senantiasa melibatkan karyawan/staf dalam semua aspek baik dalam pengambilan keputusan hingga

memberikan saran sesuai dengan hasil wawancara yang telah saya diberikan oleh informan yaitu Direktur dan Admin PT.Asafa Flobal Wisata Makassar, Hal ini telah juga di Perkuat dengan Hasil Wawancara secara langsung dengan pelanggan PT.Asafa Global Wisata Makassar.

Dari 10 karakteristik TQM, Tepatnya hanya 7 Penerapan TQM yang di terapkan di oleh PT.Asafa Global Wisata Makassar. Singkatnya TQM sebuah sistem yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, yang diorientasikan kepada pelanggan sehingga merasa terlayani saat menggunakan jasa yang diberikan maka pelanggan bisa menggunakan kembali jasa secara berulang. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Firman, A. (2017). Pengaruh Total Quality Management (TQM) Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Toyota Kalla Cabang Alauddin Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TQM yang diukur berdasarkan fokus pada pelanggan, perbaikan berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, serta pemberdayaan karyawan, secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada PT. Toyota Kalla Cabang Alauddin Makassar.

KESIMPULAN

Sesuai yang telah di kemukakan dalam interpretasi data yang telah mengacu pada landasan teori TQM dalam upaya menimbulkan loyalitas pelanggan pada saat menggunakan jasa yang disediakan melalui pelayanan yang diberikan oleh PT.Asafa Global Wisata Makassar, Maka dapat disimpulkan PT.Asafa Global Wisata Makassar Telah mengimplemetasikan TQM yaitu, fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, Komitmen Jangka Panjang, kerja sama tim, pendidikan dan pelatihan, serta keterlibatan dan pemberdayaan karyawan.

Dengan perusahaan yang baru berdiri sejak 2019. PT.Asafa Global Wisata Makassar mampu memberikan pelayanan yang baik karena Misi yang selalu di jadikan landasan bahwa kepuasan pelanggan menjadi prioritas, Melalui first respon yang diberikan sehingga pelanggan merasa cepat di tanggap dan menambahkan WIFI untuk menunjang pelanggan saat melakukan pelayanan, Walaupun terdapat hambatan serta komplain namun dapat teratasi dengan menanggapi langsung keluhan yang terjadi dengan meminta maaf dan memberikan solusi dan PT.Asafa Global Wisata Makassar juga telah melakukan weekly meeting untuk membahas semua persoalan yang ada selama satu pekan terakhir dan adapun komitmen yang dilakukan dengan perusahaan travel yang lain untuk meningkatkan pendapatan dari perusahaan dengan menjadi mitra bisnis serta komitmen dengan pelanggan dengan menjaga kesepakatan harga yang telah disepakati di awal dalam melakukan transaksi, dan sebuah kerja sama tim yang dilakukan dengan travel yang lain untuk di jadikan partner bisnis, dan PT.Asafa global Wisata Makassar juga selalu melibatkan karyawan dalam mengambil keputusan dan selalu ikut andil dalam memberikan masukan bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Bounsd,G.2012.Total Quality Management.New York : McGraw Hill Inc.

Firman, A., Mustapa, Z., Ilyas, G. B., & Putra, A. H. P. K. (2020). Relationship of TQM on managerial performance: Evidence from property sector in Indonesia. *Journal of Distribution Science*, 18(1), 47-57.

Firman, A. PENGARUH TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PT TOYOTA KALLA CABANG ALAUDDIN MAKASSAR.

Fitriyah, H. Dan Ningsih. 2013. Karakteristik Total Quality Management (TQM).
Ghozali, Imam. 2014. Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Goetsch Dan Davis, 1994 Dalam Nasution (2005), Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.

Griffin. Jill (2003). Customer Loyalty. Jakarta. Erlangga.

Hansler Dan Brunell Dalam Schueing Dan Chistoper. Total Quality Management, 2011.

Ishikawa, Kaoru. (2005). Pengendalian Mutu Terpadu, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Jumady, E., Sugiarto, S., & Latief, F. (2021). Management performance analysis based on total quality management principles. *Point Of View Research Management*, 2(1), 10-18.

Nasution. M.N (2005) Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management, Edisi Kedua Bogor: Ghalia Indonesia.

Sugiyono. 2003. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas. Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta.

Supardi, Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Yogyakarta: UUI Press, 2005)

Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktif, Edisi Revisi VI (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)

Lexy. J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Rosda Karya 2007), Supardi, Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Yogyakarta: UUI Press, 2005)

Pawito, Penelitian Komunikasi Kualitatif (Cet. I; Yogyakarta: PT Lkis Yogyakarta, 2008).

Noen Muhajirin, Metode Penelitian Kualitatif (Yogyakarta: RAKE SARASIN 1998).

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Cet-XX; Bandung: Alfabeta, 2014)