

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era industrialisasi yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap perusahaan dituntut untuk dapat ikut serta dalam persaingan (Gaspersz dalam IGP Kawiana, 2007:1). Kepuasan pelanggan merupakan kunci utama untuk dapat mempertahankan pelanggan, seperti yang diungkapkan oleh Kotler (2009; 140), maka tanpa adanya kepuasan konsumen diragukan apakah perusahaan tersebut dapat terus bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Ketika konsumen yang merasa tidak puas dengan hasil layanan yang diperoleh maka konsumen akan beralih pada perusahaan lain yang mampu menawarkan lebih baik. Harapan atas produk didasari dan dibentuk melalui pengalaman membeli masa lalu, referensi dari teman, pemasar, informasi pesaing, janji-janji yang diberikan atau gabungan dari beberapa diantaranya (Kotler dan Keller, 2009:138-139)

Menurut Akh. Muwafik Saleh, dalam artikelnya yang berjudul *customer satisfaction*, untuk mencapai kepuasan pelanggan/konsumen, perusahaan harus

Bab 1 Pendahuluan

memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar pelanggan, memenuhi harapan pelanggan dengan cara yang dapat membuat mereka akan kembali lagi, dan melakukan lebih daripada apa yang diharapkan pelanggan (*muwafikcenter.blogspot.com*, 11 Oktober 2010).

Pengamat Ekonomi Umar Juoro memperkirakan industri manufaktur pada 2010 ini hanya tumbuh di bawah dua persen. "Tahun 2010, industri manufaktur sulit tumbuh, serbuan barang-barang dari China membuat manufaktur di tanah air sulit tumbuh (Kompas, 11 Oktober 2010).

Salah satu upaya yang bisa dilakukan perusahaan manufaktur untuk tetap bertahan di tengah-tengah keadaan seperti ini yaitu dengan senantiasa menghasilkan produk yang berkualitas. Produk berkualitas akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan atas penggunaan produk. Hal ini akan meningkatkan volume penjualan produk dan pada akhirnya pendapatan perusahaan akan meningkat. Produk yang berkualitas hanya bisa dihasilkan melalui proses internal yang baik pula, diantaranya melalui penerapan sistem atau program-program pengelolaan kualitas. Pendekatan *Total Quality Management (TQM)* salah satunya.

TQM dapat diartikan sebagai suatu filosofi manajemen yang bersifat holistik melalui perbaikan di segala fungsi organisasi secara berkelanjutan, untuk menghasilkan produk yang dengan lebih baik, murah, cepat, aman dan mudah pemrosesannya dibanding pesaing, dengan melibatkan partisipasi seluruh karyawan di bawah kepemimpinan manajemen puncak (Sahail and Hong dalam Dwi dan Wiwik, 2008:66). Melalui penerapan TQM diharapkan perusahaan akan mampu menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. TQM yang berfokus kepada perbaikan kualitas secara berkesinambungan akan mendorong

Bab 1 Pendahuluan

perusahaan dalam memperbaiki posisi dalam persaingan, dan meningkatkan produk yang bebas dari kerusakan. Perbaikan posisi dalam persaingan dapat meningkatkan penjualan, pangsa pasar, dan akhirnya meningkatkan laba. Sedangkan peningkatan produk yang bebas dari kerusakan dapat menurunkan biaya operasi dan akhirnya meningkatkan laba.

Pengaruh dari pelaksanaan TQM terhadap kinerja perusahaan baik keuangan maupun non keuangan sudah banyak dibuktikan secara empiris. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hasan & Kerr (dalam Dwi dan Wiwik, 2008:66), perusahaan-perusahaan jasa yang terdiri dari perusahaan perbankan, perusahaan konstruksi, perusahaan komputer/telekomunikasi, organisasi pemerintah, rumah sakit, dan universitas menunjukkan bahwa pelaksanaan TQM dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, penelitian Terziovski & Samson (dalam Dwi dan Wiwik, 2008:66) terhadap perusahaan manufaktur di Australia dan New Zealand menunjukkan bahwa pelaksanaan TQM dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Penerapan TQM pada dasarnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan atau organisasi. Kinerja perusahaan dapat diukur baik secara keuangan maupun non keuangan. Beberapa kinerja perusahaan yang sudah biasa dan umum digunakan adalah *productivity*, *efficiency*, *cost of quality*, *error of defects*, *lead time*, *return on assets*, *return on sales*, *return on equity*, *market share*, *customer satisfaction*, *employee satisfaction*, dan *employee turnover* (Hasan & Kerr dalam Dwi dan Wiwik, 2008:66). Semua prestasi non keuangan perusahaan yang dicapai oleh suatu perusahaan akhirnya akan tercermin pada kinerja keuangannya. Dengan kata lain, kinerja keuangan merupakan puncak dari semua kinerja yang dapat dicapai oleh suatu perusahaan. Penelitian ini menggunakan kinerja keuangan, yaitu *return on*

Bab 1 Pendahuluan

assets (ROA) sebagai ukuran nya karena ROA mencerminkan efisiensi penggunaan seluruh aktiva perusahaan guna memperoleh laba. Dibandingkan dengan ukuran kinerja keuangan yang lain seperti *Return On Equity* (ROE), ROA lebih komprehensif karena ROE hanya mengukur kinerja dari aspek modal sendiri, bukan seluruh aktiva, sehingga kurang mencerminkan kinerja keuangan secara keseluruhan.

Di Indonesia, perusahaan-perusahaan juga telah secara aktif melakukan perbaikan-perbaikan kualitas melalui penerapan TQM untuk dapat menjadi perusahaan kelas dunia, termasuk perusahaan manufaktur. Pemilihan perusahaan manufaktur dikarenakan perusahaan manufaktur mempunyai proses pembuatan produk yang panjang sehingga pengukuran variabel TQM nya akan lengkap. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dianalisis tentang Pengaruh Penerapan *Total Quality Management* (TQM) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (studi kasus pada PT X di Bandung).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, peneliti bermaksud untuk mendapatkan bukti secara empiris mengenai: Bagaimana penerapan *Total Quality Management* di PT X berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menunjukkan bagaimana penerapan *Total Quality Management* berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis bagaimana penerapan *Total Quality Management* di PT X berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hal yang penting dari sebuah penelitian adalah kebermanfaatannya yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, pengetahuan dan pemahaman bagi penulis mengenai bagaimana pengaruh penerapan *Total Quality Management* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2. Manfaat praktis

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan memperoleh manfaat praktis salah satunya yaitu memberikan masukan berharga kepada perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berhubungan tentang penerapan *Total Quality Management* dalam kaitannya dengan biaya produksi.

3. Manfaat bagi peneliti lanjutan

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pembandingan untuk penelitian selanjutnya, sehingga pengembangan ilmu dapat

Bab 1 Pendahuluan

bermanfaat bagi pihak lain yang memerlukannya dan sebagai sumbangan pemikiran bagi semua yang memerlukannya.