

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini globalisasi telah menjangkau berbagai aspek kehidupan. Sehingga secara cepat membuka cakrawala baru bagi manajemen-manajemen perusahaan. Dunia bisnis sebagai salah satu bagiannya juga mengalami hal yang sama.

Organisasi / perusahaan yang semula bersaing hanya tertuju ke lingkungan atau pasar domestik, kini menjadi terbuka ke lingkungan atau pasar global dan juga harus bersaing dengan perusahaan-perusahaan dari seluruh penjuru dunia.

Seperti yang dituturkan oleh Ahmad Kurnia El-Qorni :

“Pada era globalisasi sekarang ini, persaingan yang sangat tajam terjadi baik di pasar domestik maupun di pasar internasional / global...”

<http://akur-stbajia.blogspot.com/2007/06/manajemen-kualitas.html-564k>

Selain itu sebuah pernyataan juga menegaskan bahwa :

“Gelombang globalisasi ekonomi akibat AFTA, GATTs, APEC, WTO, dan lain sebagainya, telah menciptakan kancah kompetisi yang semakin bebas dan ketat. Proteksi yang sebelumnya menjadi benteng bagi produk barang dan jasa dalam negeri, akan hilang diterjang arus liberalisasi. Produk barang dan jasa luar negeri akan bebas masuk ke pasar domestik.”

<http://www.pu.go.id/bapekin/buletin%20jurnal/buletin%204/buletin43.html-23k>

Dengan demikian sangat jelas bahwa pengaruh dari gelombang globalisasi ekonomi telah menciptakan kancah kompetisi yang semakin bebas dan ketat.

Hanya organisasi atau perusahaan yang mampu menghasilkan barang yang berkualitas yang dapat bersaing dalam pasar global.

Agar suatu organisasi dapat memiliki keunggulan dalam skala global, maka organisasi tersebut harus mampu melakukan pekerjaan secara lebih baik dalam rangka menghasilkan barang atau jasa berkualitas tinggi dengan harga yang wajar dan bersaing. Seperti yang telah dikatakan oleh Ahmad Kurnia El-Qorni, mengatakan :

”...Agar perusahaan dapat berkembang dan paling tidak bisa bertahan hidup, perusahaan tersebut harus mampu menghasilkan produk barang dan jasa dengan mutu yang lebih baik, harganya lebih murah, promosi lebih efektif, penyerahan barang ke konsumen lebih cepat, dan dengan pelayanan yang lebih baik apabila dibandingkan dengan para pesaingnya.”

”Kondisi demikian mempunyai arti, bahwa perusahaan yang akan memenangkan persaingan dalam segmen pasar yang telah dipilih harus mampu mencapai tingkat mutu, bukan hanya mutu produknya, akan tetapi mutu ditinjau dari segala aspek. Seperti mutu bahan mentah dan pemasok harus bagus (bahan baku yang jelek akan menghasilkan produk yang jelek pula), mutu sumber daya manusia (tenaga kerja) yang mampu bekerja secara efisien sehingga harga produk bisa lebih murah dari pada harga pesaingnya, promosi yang efektif (bermutu), sehingga mampu memikat para pembeli sehingga pada gilirannya akan meningkatkan jumlah pembeli. Mutu distribusi yang mampu menyerahkan produk sesuai dengan waktu yang dikehendaki oleh pembeli, serta mutu karyawan yang mampu melayani pembeli dengan memuaskan. Inilah yang dimaksud mutu terpadu secara menyeluruh (*total quality*).”

(<http://akur-stbajia.blogspot.com/2007/06/manajemen-kualitas.html-564k>)

Dengan kata lain, dalam pasar global yang modern, kunci untuk meningkatkan daya saing adalah mutu atau kualitas.

Produk dengan kualitas baik, tahan lama, dan handal akan menjadi referensi utama bagi pelanggan serta *brand* (merk) perusahaan produsen akan

meningkat dan semakin dikenal masyarakat. Seperti yang telah dikatakan oleh Nathalia Tombi, bahwa :

”Yang menarik, tingkat / standar konsumen akan kualitas suatu produk telah berubah dari waktu ke waktu dengan tren yang terus meningkat, dimana konsumen semakin selektif dan kritis. Pilihan merek produsen yang banyak bisa saja menjadi salah satu penyebabnya...”

(<http://paslit.ac.id/journals/accounting/>)

Kondisi seperti tersebut di atas, membuat masyarakat akan semakin kritis memilih produk barang dan jasa yang diperlukan. Hal semacam ini menjadi acuan suatu organisasi untuk lebih meningkatkan produktivitas dan mengembangkan mutu usahanya agar tujuan organisasi yang telah dicanangkan dapat tercapai.

Keberhasilan di negara-negara maju banyak didorong oleh keefisienan produktivitas barang dan jasa. Seperti yang telah dikatakan oleh seorang narasumber, Ahmad Kurnia El-Qorni, bahwa :

”Banyak perusahaan-perusahaan Indonesia ataupun luar negeri dipaksa untuk mengikuti suatu *olimpiade* dalam menghasilkan produk barang dan jasa, dengan mengikuti aturan-aturan tingkat dunia dalam menyediakan produk dan jasa tersebut bagi masyarakat. Contohnya, banyak perusahaan Jepang yang memperoleh sukses global, karena memasarkan produk yang sangat bermutu.”

(<http://akur-stbajia.blogspot.com/2007/manajemen-kualitas.html>)

Atas dasar hal tersebut di atas, maka tidak dapat dipungkiri pengembangan mutu dan peningkatan produktivitas perusahaan merupakan prioritas dan tantangan yang harus dihadapi dalam menyambut era globalisasi. Salah satu usaha organisasi yang diterapkan dalam peningkatan efisiensi produktivitas perusahaan adalah penerapan peran *Total Quality Management (TQM)* atau di Indonesia yang lebih dikenal dengan istilah Sistem Manajemen Kualitas Terpadu. *TQM*

merupakan sebuah pendekatan atau paradigma baru dalam menjalankan bisnis, yang berupaya untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan secara berkelanjutan atas kualitas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan organisasi.

Maka dari itu, agar organisasi atau perusahaan memiliki daya saing dalam persaingan global, maka organisasi tersebut harus mampu memfokuskan pekerjaannya dengan lebih baik lagi, efisien dan efektif dalam menghasilkan produk barang dan jasa yang berkualitas tinggi.

Untuk mengantisipasi perkembangan ekonomi dalam persaingan bisnis global, tentunya harus memberikan segmen pasar yang baik. Jika persaingan telah bergeser dari produk atau jasa yang murah dengan mutu yang rendah, tentu saja akan ditinggalkan konsumen. Dapat kita lihat bahwa di dalam persaingan, tentu saja ada sebuah evolusi yang mempengaruhi keberadaan dari manajemen kualitas itu sendiri, seperti pernyataan di bawah ini :

”...Sebaliknya, pengalaman seseorang membeli produk dengan mutu yang mengecewakan (disadari atau tidak) dapat menjadi ”iklan negatif” yang sangat tidak menguntungkan pihak produsen. Cepat atau lambat, produk yang berkualitas rendah akan ditinggalkan oleh konsumen.”

(<http://www.hardipurba.com/?p=35-45k>)

Produk yang bisa menerobos pangsa pasar adalah produk atau jasa yang mempunyai mutu tinggi dengan harga optimal, sehingga dapat dikatakan bahwa output yang dihasilkan akan mempunyai keunggulan komparatif dengan para pesaing dan akan memuaskan para konsumen. Akan tetapi pada kenyatannya tidak mudah untuk mencapai keunggulan komparatif ini jika tidak didukung oleh tenaga

kerja yang memiliki kemauan untuk bekerja secara ulet dan didukung oleh kemampuan dalam bekerjanya.

Penelitian ini terkait dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andrian Fahlevi (2003), di PT.Wijaya Karya Persero Jakarta Timur, yaitu mengenai Pengaruh Penerapan *Total Quality Management* Terhadap Efisiensi Produktivitas Perusahaan. Menurut penelitiannya, variabel *Total Quality Management* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas perusahaan.

Pengaruh *Total Quality Management* Terhadap Kualitas Sumber Daya Manusia di PG Candi Baru Sidoarjo, yang diteliti oleh Nathalia Tombi (2005) juga menghasilkan kesimpulan bahwa selain berpengaruh terhadap produktivitas perusahaan, *TQM* juga berpengaruh signifikan terhadap kualitas SDM.

Penelitian kali ini hampir sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu meneliti pengaruh penerapan *Total Quality Management* sebagai variabel independen terhadap variabel dependennya yaitu produktivitas perusahaan. Dengan melakukan penelitian ini, maka akan dapat diketahui apakah hasil penelitian ini akan sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya, meskipun terdapat perbedaan pada objek yang diteliti, periode yang digunakan, serta pengembangan metode penelitiannya agar lebih mudah dimengerti dan disesuaikan dengan perkembangan teknologi sekarang.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai adanya korelasi yang kuat antara mutu dengan laba demi terwujudnya efisiensi produktivitas suatu perusahaan, khususnya pada perusahaan PT.X ,

dengan judul ”Pengaruh Penerapan *Total Quality Management (TQM)* Terhadap Efisiensi Produktivitas Perusahaan” (studi kasus pada PT.X).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka terdapat masalah yang dapat dipecahkan dari topik ini, yaitu sebagai berikut :

1. Unsur-unsur penting apa saja yang dapat mengembangkan mutu terpadu tentunya terkait dengan *Total Quality Management (TQM)*?
2. Bagaimana penerapan *Total Quality Management (TQM)* dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas suatu perusahaan?
3. Apakah *Total Quality Management (TQM)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efisiensi produktivitas perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penulis menetapkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui unsur-unsur penting yang dapat mengembangkan mutu terpadu tentunya terkait dengan *Total Quality Management (TQM)*
2. Untuk mengetahui cara penerapan *Total Quality Management (TQM)* dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas suatu perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh *Total Quality Management (TQM)* yang signifikan terhadap efisiensi produktivitas perusahaan

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat, khususnya bagi penulis sendiri maupun pihak-pihak lain.

1. Bagi pihak Perusahaan

Penelitian ini diharapkan akan berguna bagi para manajer dalam mengambil keputusan yang dapat meningkatkan efisiensi produktivitas perusahaan, yaitu dengan menerapkan manajemen kualitas terpadu (*Total Quality Management-TQM*) yang komprehensif dan optimal, disertai dengan data yang akurat dan mendukung adanya hubungan antara penerapan kualitas manajemen terpadu dengan efisiensi produktivitas dari perusahaan.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini sebagai sarana untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai pengaruh *Total Quality Management* terhadap efisiensi produktivitas suatu perusahaan.

3. Bagi Kalangan Akademisi maupun Pihak Lain

Bagi kalangan akademisi maupun pihak lain yang berminat terhadap studi tentang manajemen kualitas terpadu, hasil penelitian ini diharapkan akan dapat digunakan sebagai masukan dalam melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai manajemen kualitas terpadu.