

ABSTRACT

Current business climate in Indonesia is full of competition, not least in the field of manufacturing. In this case quality plays a very important. That companies can produce goods and services of high quality, have a competitive advantage, and increased productivity, companies must have an appropriate strategy for these problems. Application of Total Quality Management is expected to be a solution to the problems in doing research on that. This research of a soap manufacturing company in Tasikmalaya, namely PT. "X". The purpose of this research is to determine adequacy application of Total Quality Management is an effective influence on increased sales at PT. "X". The method used is descriptive method with survey study approach in which the data obtained during the study is processed, analyzed, and further processed based on the theory they have learned. Having obtained the data, conducted the analysis to take a conclusion. Data needed for research obtained through interviews, questionnaires and documentation. Based on the results of research and discussion, it can be concluded "Application of Total Quality Management is an effective influence on increased sales."

Key words: Total Quality Management, quality, performance, sales.

ABSTRAK

Saat ini iklim usaha di Indonesia penuh dengan persaingan, tak terkecuali dalam bidang manufaktur. Dalam hal ini kualitas memegang peranan yang sangat penting. Agar perusahaan dapat menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas tinggi, memiliki *competitive advantage*, dan peningkatan produktivitas, perusahaan harus mempunyai suatu strategi yang tepat untuk permasalahan tersebut. Penerapan *Total Quality Management* diharapkan menjadi suatu solusi untuk permasalahan di atas. Peneliti melakukan penelitian pada salah satu perusahaan manufaktur sabun di Tasikmalaya yaitu PT."X". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kememadaian penerapan *Total Quality Management* yang efektif berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada PT."X". Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi survei di mana data yang diperoleh selama penelitian tersebut diolah, dianalisis, serta diproses lebih lanjut berdasarkan teori yang telah dipelajari. Setelah data diperoleh, dilakukan analisis untuk diambil suatu kesimpulan. Data yang dibutuhkan untuk penelitian diperoleh melalui wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan "Penerapan *Total Quality Management* yang efektif berpengaruh terhadap peningkatan penjualan."

Kata-kata kunci: Total Quality Management, kualitas, kinerja, penjualan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Akuntansi Manajemen.....	9
2.1.1.1 Sistem Informasi Akuntansi Manajemen.....	9

2.1.1.2	Proses Manajemen	10
2.1.1.3	Akuntansi Manajemen Dan Akuntansi Keuangan	11
2.1.1.4	Tema-tema Baru dalam Akuntansi Manajemen.....	13
2.1.1.4.1	Orientasi Kepada Pelanggan	14
2.1.1.4.2	Perspektif Lintas Fungsional.....	14
2.1.1.4.3	Persaingan Global	15
2.1.1.4.4	Manajemen Mutu Total.....	15
2.1.1.4.5	Waktu Sebagai Unsur Kompetitif	16
2.1.1.4.6	Kemajuan Teknologi Informasi	16
2.1.1.4.7	Kemajuan Lingkungan Manufaktur	16
2.1.1.4.8	Pertumbuhan Dan Deregulasi Dalam Industri Jasa	17
2.1.1.4.9	Manajemen Berdasarkan Aktivitas	17
2.1.1.4.10	Peranan Akuntan Manajemen	17
2.1.2	TQM	18
2.1.2.1	Tinjauan Atas Mutu	18
2.1.2.1.1	Pengertian Mutu	18
2.1.2.1.2	Perspektif Terhadap Mutu.....	19
2.1.2.1.3	Dimensi Mutu	20
2.1.2.1.4	Fungsi Mutu	22
2.1.2.1.5	Sumber Mutu	23
2.1.2.2	Tinjauan Atas <i>Total Quality Management</i>	23
2.1.2.2.1	Pengertian <i>Total Quality Management</i>	23
2.1.2.2.2	Unsur-unsur <i>Total Quality Management</i>	25

2.1.2.2.3 Prinsip-prinsip <i>Total Quality Management</i>	28
2.1.2.2.4 Elemen-elemen <i>Total Quality Management</i>	30
2.1.2.2.5 Tujuan <i>Total Quality Management</i>	32
2.1.2.2.6 Perbedaan <i>Total Quality Management</i> Dengan Metode Manajemen Lainnya	33
2.1.2.2.7 Metode <i>Total Quality Management</i>	35
2.1.2.2.7.1 Metode W.Edwards Deming.....	36
2.1.2.2.7.2 Metode Joseph M. Juran	37
2.1.2.2.7.3 Metode Philip B. Crosby.....	38
2.1.2.2.8 Implementasi <i>Total Quality Management</i>	40
2.1.2.2.9 Faktor-faktor Yang Dapat Menyebabkan Kegagalan	43
2.1.3 Penjualan	45
2.1.3.1 Pengertian Penjualan.....	45
2.1.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Volume</i> Penjualan	46
2.1.4 Hubungan Penerapan <i>Total Quality Management</i> Dengan Peningkatan Penjualan.....	47
2.2 Kerangka Pemikiran	48
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	53

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	54
3.1.1 Struktur Organisasi	54
3.1.2 Uraian Tugas Dan Wewenang	55

3.2 Metode Penelitian	57
3.2.1 Metode yang Digunakan	57
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.2.3 Operasionalisasi Variabel	61
3.2.4 Teknik Pengembangan Instrumen.....	62
3.2.5 Analisis Data	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	66
4.1.1 Gambaran Umum PT.”X”	66
4.1.2 Laporan Laba Rugi Perusahaan (2006-2009)	67
4.2 Pembahasan.....	69
4.2.1 Penerapan <i>Total Quality Management</i> di PT.”X”	69
4.2.2 Penyusunan Program	71
4.3 Penerapan <i>Total Quality Management</i> Berpengaruh Terhadap Peningkatan Penjualan PT.”X”	73
4.3.1 Terdapatnya Peningkatan Penjualan Produk	73
4.3.2 Terdapatnya Peningkatan Pendapatan (dalam rupiah) Dari Penjualan Produk	73
4.4 Analisis Data	74

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	76
-------------------	----

5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	91

DAFTAR GAMBAR

		Hal
Gambar 1	Rerangka Penelitian	52
Gambar 2	Struktur Organisasi PT. "X"	55

DAFTAR TABEL

		Hal
Tabel I	Perbandingan antara Akuntansi Manajemen dan Keuangan	12
Tabel II	Perbedaan Antar TQM dan Teknik Manajemen Lainnya	35
Tabel III	Klasifikasi Hasil Perhitungan Presentase	64
Tabel IV	Klasifikasi Presentasi Terhadap Variabel	65
Tabel V	Laporan Laba Rugi Tahun 2006-2007	67
Tabel VI	Laporan Laba Rugi Tahun 2007-2008	68
Tabel VII	Laporan Laba Rugi Tahun 2008-2009	69
Tabel VIII	Peningkatan Penjualan PT.”X”	75

DAFTAR LAMPIRAN

		Hal
Lampiran A	Lembar Kuesioner	81
Lampiran B	Lembar Hasil Penyebaran Kuesioner	88