

ABSTRACT

Total Quality Management (TQM) is one way in which the use by companies to improve product quality so that the results obtained would exceed the previous period. With the Total Quality Management (TQM) in the company then the company can increase the amount of consumer satisfaction, which is one important factor in the company for future growth. The research method in use is the method of observation, interviewing methods, and methods of literary study. By using this method, the researcher can obtain all information relating to the Company or with Total Quality Management (TQM). The results of the acquired company by using Total Quality Management (TQM) can be seen from the number of sales companies continues to increase from period to period so the company also increased the number of consumers.

Key words : Total Quality Management (TQM) and customer satisfaction.

ABSTRAK

Total Quality Management (TQM) merupakan salah satu cara yang di pakai oleh perusahaan guna meningkatkan mutu produk sehingga hasil yang didapatkan akan melebihi dari periode sebelumnya. Dengan adanya *Total Quality Management* (TQM) di dalam perusahaan maka perusahaan dapat meningkatkan jumlah kepuasan konsumen, yang merupakan salah satu faktor penting di dalam perusahaan untuk dapat terus berkembang. Metode penelitian yang di pakai adalah metode observasi, metode wawancara, dan metode studi kepustakaan. Dengan menggunakan metode tersebut maka peneliti dapat memperoleh semua informasi yang berkaitan dengan perusahaan maupun dengan *Total Quality Management* (TQM). Hasil yang di peroleh perusahaan dengan menggunakan *Total Quality Management* (TQM) dapat dilihat dari jumlah penjualan perusahaan yang terus meningkat dari periode ke periode sehingga jumlah konsumen perusahaan juga meningkat.

Kata-kata kunci : *Total Quality Management* (TQM) dan kepuasan konsumen.

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
1.1 Latar belakang penelitian.....	1

1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	6
1.6 Metode Penelitian.....	8
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 10
2.1 Kualitas.....	10
2.1.1 Definisi dan Arti Pentingnya Kualitas.....	10
2.1.2 Perspektif terhadap Kualitas.....	12
2.1.3 Dimensi Kualitas.....	13
2.1.4 Sumber Kualitas.....	14
2.1.5 Biaya Kualitas.....	15
2.2 <i>Total Quality Management</i>	20
2.2.1 Pengertian <i>Total Quality Management</i>	20
2.2.2 Dimensi Akar TQM.....	20
2.2.3 Elemen-elemen Pendukung TQM.....	24

2.2.4	Pedoman dalam Penerapan TQM.....	27
2.2.5	Prinsip-prinsip Utama TQM.....	29
2.2.6	Metode-metode TQM.....	31
2.2.7	Fase-fase Implementasi TQM.....	36
2.2.8	Hambatan Penerapan TQM.....	42
2.2.9	Faktor-faktor yang Dapat Menyebabkan Kegagalan TQM.....	45
2.2.10	Budaya TQM.....	48
2.3	Kepuasan Konsumen.....	50
2.3.1	Definisi Kepuasan Konsumen.....	50
2.3.2	Hasil Kepuasan Pelanggan.....	51
2.3.3	Strategi-strategi untuk Dipelajari.....	53
2.4	Penerapan <i>Total Quality Management</i> terhadap kepuasan konsumen pada PT. Thirta IkaMakmur Perkasa.....	55
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		57
3.1	Objek Penelitian.....	57
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	57

3.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan PT. Thirta IkaMakmur Perkasa.....	57
3.1.3	Ruang Lingkup Usaha PT. Thirta IkaMakmur Perkasa.....	66
3.1.4	Kegiatan Produksi PT. Thirta IkaMakmur Perkasa.....	66
3.2	Metode Penelitian.....	67
3.2.1	Sumber Data.....	67
3.2.2	Metode Pengumpulan Data.....	68
3.2.3	Metode Analisis Data.....	70
BAB IV	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	71
4.1	Hasil Penelitian.....	71
4.1.1	Ruang Lingkup Perusahaan.....	71
4.2	Pembahasan.....	72
4.2.1	Elemen-elemen Pendukung <i>Total Quality Management</i> PT. Thirta IkaMakmur Perkasa.....	72
4.2.2	Kegiatan yang Dilakukan PT. Thirta IkaMakmur Perkasa Guna Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Penjualan.....	77

4.2.3	Analisis <i>Total Quality Management</i> Pada PT. Thirta IkaMakmur Perkasa Terhadap Jumlah Konsumen.....	78
4.2.4	Analisis Hubungan Antara <i>Total Quality Management</i> dan Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT. Thirta IkaMakmur Perkasa.....	80
4.2.5	Pengendalian Mutu Produk.....	81
4.2.5.1	Pengendalian Mutu Produk yang Tidak Sesuai.....	82
4.2.5.2	Tindakan Korektif dan Tindakan Pencegahan.....	82
4.2.5.3	Perbaikan Berkesinambungan.....	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		86
5.1	Simpulan.....	86
5.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....		91
LAMPIRAN.....		93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....		95

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Siklus PDCA.....	31
Gambar 2 Struktur Organisasi PT. Thirta IkaMakmur Perkasa.....	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Perbandingan Filosofi Kualitas.....	10
Tabel II Tabel penjualan bulan Januari sampai April 2010.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kegiatan-kegiatan yang Diperlukan Guna Menambah Konsumen.....	93
Lampiran B Data Penjualan kertas HVS PT. Thirta IkaMakmur Perkasa periode Januari – April 2010.....	94