

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini banyak perusahaan mengalami kesulitan dalam menghadapi globalisasi yang semakin berkembang dengan cepat dan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil. Keadaan ini mengharuskan perusahaan untuk dapat berpikir secara lebih kreatif dan inovatif dalam menghadapi persaingan tersebut. Tidak sedikit pula perusahaan asing yang terus bermunculan dengan memasukkan produk-produknya ke Indonesia dengan harga yang murah, desain yang lebih menarik, sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produk-produk tersebut. Oleh karena itu, untuk menghadapi persaingan tersebut, maka perusahaan-perusahaan di Indonesia harus mempunyai keunggulan daya saing bagi produk-produknya.

Pengaruh kualitas sangat penting di dalam pengembangan sebuah perusahaan. Oleh karena itu kita perlu mempelajari *Total Quality Management* yang mempelajari bagaimana memperoleh suatu kualitas yang baik pada produk, konsumen, maupun kinerja perusahaan. Dalam sebuah perusahaan, konsumen merupakan salah satu peran penting bagi perkembangan keseluruhan kinerja perusahaan, karena dengan meningkatnya konsumen maka secara tidak langsung akan memberikan pendapatan terhadap perusahaan tersebut. Oleh sebab itu perlu di terapkan *Total Quality Management* di dalam perusahaan agar perusahaan tersebut memperoleh pelanggan tetap sehingga perusahaan dapat terus berkembang.

Menurut Farid (2008) Pelanggan (*customer*) merupakan salah satu faktor utama dalam mempertahankan keunggulan daya saing perusahaan. Dengan meningkatnya kepekaan konsumen terhadap mutu produk disertai meningkatnya jumlah produk dan jasa yang berkualitas, maka daya saing dan daya tahan setiap usaha tidak lagi ditentukan oleh rendahnya biaya yang dikorbankan, tetapi juga ditentukan dengan nilai tambah produk melalui peningkatan kualitas dengan pelayanan yang terbaik. Kualitas produk yang dihasilkan perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen

Tujuan perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas adalah tercapainya kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang ditandai dengan berkurangnya complain dari pelanggan, yang ini berarti juga menunjukkan kinerja (*performance*) perusahaan yang semakin meningkat. Dengan semakin meningkatnya daya beli dan didukung dengan semakin dewasanya.

Perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan meningkatkan pelayanan untuk menghadapi kondisi perekonomian global seperti ini. Salah satu unsur penting dalam pencapaian keunggulan kompetitif perusahaan adalah dengan adanya pengendalian mutu secara menyeluruh atau disebut juga dengan *Total Quality Management* (TQM). *Total Quality Management* (TQM) adalah filosofi manajemen yang menekankan kebutuhan untuk memahami kebutuhan konsumen, melakukan tindakan yang tepat, melakukan perbaikan kualitas, serta menyadari bahwa peran anggota organisasi menjadi bagian penting dari struktur dan budaya perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Farid(2008) *Total Quality Management* (TQM) membantu perusahaan untuk dapat terus bersaing dengan para kompetitor karena TQM memiliki konsep dasar yaitu perbaikan secara berkala atau berkesinambungan. *Total Quality Management* (TQM) memiliki beberapa unsur pokok, yaitu fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, komitmen jangka panjang, kerjasama tim, perbaikan sistem secara berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, kebebasan yang terkendali, kesatuan tujuan, serta adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan. TQM yang terkendali dengan baik dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan jasa yang dihasilkan, memberikan suatu nilai terhadap suatu produk sehingga perusahaan dapat memenuhi kepuasan pelanggan dan dapat memenangkan persaingan dengan para kompetitor lainnya.

Dalam mendukung penerapan TQM, perusahaan juga harus memberikan perhatian yang cukup terhadap sistem pengukuran kinerja yang meliputi pengembangan produk dan efisiensi biaya perusahaan secara keseluruhan. Sistem pengukuran kinerja ini berperan dalam pengendalian dan memberikan umpan balik pada proses perencanaan dan pengambilan keputusan perusahaan. Biaya yang efisien dan pengembangan produk juga harus diperhatikan secara lebih rinci dalam pelaksanaannya dalam mendukung usaha perusahaan dalam mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan harus mampu menjalankan kegiatan operasionalnya dengan seefisien dan seefektif mungkin.

Menurut Samson dan Terziovski (1999) perlu menerapkan *Total Quality Management* (TQM), karena dengan dipraktikkannya TQM maka diharapkan akan

mempunyai dampak positif terhadap kinerja bisnis perusahaan, dan menurut Fandy dan Anastasia (1995) bahwa jika perusahaan mempunyai kinerja bagus maka dalam jangka panjang ke depan efisiensi perusahaan akan terjadi. Dampak lain dengan diterapkannya TQM, tingkat kepuasan konsumen akan meningkat, karena semua usaha dalam TQM diarahkan kepada satu tujuan utama, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan. Farid .2008. Analisis Hubungan Praktek TQM, Kinerja Bisnis dan Kepuasan Konsumen Pada Industri Manufaktur. <http://dunia-web.blogspot.com/2009/06/jurnal-tqm.html>

1.2 Identifikasi masalah

Total Quality Management (TQM) memiliki peran yang penting untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan guna menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka terdapat berbagai masalah yang akan diteliti, yaitu:

- Langkah apa saja yang perlu di tambah untuk meningkatkan kepuasan konsumen?
- Apakah penerapan *Total Quality Management* terhadap tingkat kepuasan konsumen dapat menambah kuantitas konsumen ?
- Apakah penerapan *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian atas uji coba penerapan *Total Quality Management* (TQM) terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan adalah sebagai berikut:

- Untuk mengetahui langkah-langkah apa saja yang perlu di tambah bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
- Untuk mengetahui dengan adanya TQM terhadap kepuasan konsumen maka jumlah konsumen tersebut dapat bertambah atau tidak.
- Untuk mengetahui dengan di terapkannya TQM maka dapat memberikan dampak positif atau *negative*

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian atas uji coba penerapan *Total Quality Management* terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan diharapkan dapat berguna:

- Bagi perusahaan

Dengan adanya penelitian ini maka perusahaan dapat merasakan secara langsung dampak dari pengaruh TQM di dalam kinerja perusahaan tersebut

- Bagi penulis

Penulis dapat memberi gambaran lebih jelas mengenai TQM di dalam melakukan penerapannya di dalam perusahaan tersebut.

- Bagi pembaca

Bagi pembaca akan dapat menambah wawasannya terhadap TQM dan dapat dijadikan bahan referensi atau bahan kepustakaan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Persaingan dunia usaha semakin ketat di era globalisasi saat ini. Perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan daya saing agar dapat mempertahankan eksistensinya. Agar perusahaan dapat berkembang dan bertahan hidup, perusahaan harus mampu menghasilkan produk barang dan jasa dengan kualitas yang baik, pelayanan yang memuaskan, keterlibatan secara penuh dari para pekerja perusahaan, serta pengambilan keputusan yang tepat terhadap kinerja operasi perusahaan secara keseluruhan.

Semakin berkembangnya persaingan dengan para kompetitor yang semakin bertambah akan membuat perusahaan semakin sulit untuk memikirkan cara bagaimana mereka harus mempertahankan keunggulan daya saing mereka. Hal ini mendorong perusahaan untuk dapat berpikir lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan kualitas produk mereka. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan perhatian yang

penuh pada kualitas. Perhatian yang penuh pada kualitas akan memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Namun demikian, dalam situasi pasar yang semakin kompetitif dan penuh dengan ketidakpastian, perusahaan dihadapkan kini pada berbagai tantangan baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Bidang usaha otomotif khususnya di Indonesia juga merasakan dampak globalisasi tersebut, masuknya produk-produk otomotif dari luar negeri ke pasar dalam negeri tidak akan terhindarkan lagi. Hal ini akan mengakibatkan produk otomotif yang tersedia bagi konsumen lebih banyak dan beragam sehingga akan memperketat persaingan. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan yang baik sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas produknya, salah satunya yaitu melalui penerapan *Total Quality Management* (TQM).

Menurut Soewarso Hardjosoedarmo (2004:1), Landasan TQM adalah *statistical process control* (SPC) yang merupakan model manajemen manufaktur, yang pertama-tama di perkenalkan oleh Edward Deming dan Joseph Juran sesudah PD II guna membantu bangsa jepang membangun kembali infrastruktur negaranya. Ajaran Deming dan Juran itu berkembang terus hingga di namakan TQM oleh US Navy pada tahun 1985. Kita ketahui bahwa TQM terus mengalami evolusi, menjadi semakin matang dan mengalami diversifikasi untuk aplikasi di bidang manufaktur, industri jasa, kesehatan dan dewasa ini juga di bidang pendidikan.

Menurut Fandy Tjiptono (2003:4), *Total Quality Management* merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan

lingkungannya. Sedangkan, menurut Soewarso Hardjosoedarmo (2004:1), *Total Quality Management* (TQM) adalah penerapan metode kuantitatif dan pengetahuan kemanusiaan untuk memperbaiki material dan jasa yang menjadi masukan organisasi, memperbaiki semua proses penting dalam organisasi, dan memperbaiki upaya memenuhi kebutuhan para pemakai produk dan jasa pada masa kini dan di waktu yang akan datang.

Penerapan TQM dalam suatu perusahaan dapat memberikan beberapa manfaat utama yang akan meningkatkan laba serta daya saing perusahaan yang bersangkutan (Fandy Tjiptono, 2003:10). TQM yang berfokus pada perbaikan kualitas secara berkesinambungan akan mendorong perusahaan dalam memperbaiki posisi 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.

Menurut (Fandy Tjiptono, 2003:15) dalam TQM, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal merupakan *driver*. Pelanggan eksternal menentukan kualitas produk atau jasa yang disampaikan kepada mereka, sedangkan pelanggan internal berperan besar dalam menentukan kualitas manusia, proses, dan lingkungan yang berhubungan dengan produk atau jasa.

1.6 Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode pengumpulan data primer yaitu Observasi dan Wawancara. Observasi adalah proses pencatatan pola perilaku

subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pernyataan atau komunikasi dengan individu yang diteliti. Sedangkan, wawancara adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Metode pengumpulan data yang kedua adalah metode pengumpulan data sekunder yaitu tinjauan pustaka. Data sekunder merupakan data pendukung data primer. Data ini diperoleh melalui literatur-literatur yang dimaksudkan untuk memperoleh landasan teori.

1.7 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini diadakan di PT. Thirta Ikamakmur Perkasa yang terletak di Jalan Arengka II Kompleks Pergudangan Avian No. 11 A, Pekanbaru. Waktu penelitian ini diadakan sampai bulan Juni 2010.