
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin terbukanya pasar dunia dalam memasuki era globalisasi menghadapkan industri Indonesia pada ajang persaingan yang semakin luas dan berat. Ketidakmampuan dalam meningkatkan daya saing baik dalam hal produk maupun industri nasional akan membuat industri Indonesia tersisih dalam persaingan tersebut. Tantangan industri Indonesia di era globalisasi ini adalah persaingan yang sangat ketat baik yang bersumber dari dalam maupun dari luar negeri. Oleh karena itu, industri Indonesia perlu meningkatkan keunggulan kompetitif dengan cara meningkatkan produktivitas. Dengan penerapan standar yang efektif dalam pemenuhan persyaratan penilaian kesesuaian (*standard and conformity assessment*) secara konsisten merupakan strategi bagi industri dalam meningkatkan daya saing.

Salah satu perspektif yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif adalah pelanggan dan pasar. Tidak dapat dipungkiri bahwa pelanggan merupakan perhatian utama di dalam suatu organisasi karena kelangsungan hidup organisasi sendiri tergantung pada pelanggan.

Fokus pada pelanggan dan pasar akan menghadapkan pelanggan pada situasi puas atau tidak puas dengan produk atau jasa dari suatu organisasi. Semua usaha manajemen di dalam *Total Quality Management* diarahkan pada suatu tujuan utama, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan. Apa pun yang dilakukan manajemen tidak akan ada gunanya bila akhirnya tidak menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang puas akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan pada organisasi.

PT. "X" sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang agrokimia juga mengandalkan pelanggan sebagai bagian utama dalam menjamin kelangsungan hidup organisasi. Oleh karena itu, PT. "X" juga dituntut untuk dapat menilai sejauh mana usaha-usaha manajemen yang dilakukan dapat memberi nilai kepada pelanggannya. Hal ini dikarenakan langkah penilaian tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan memberikan nilai tambah (*values*) kepada pelanggan.

Salah satu langkah di dalam melakukan penilaian performansi perusahaan adalah dengan menerapkan suatu standar yang memberikan suatu hasil kinerja yang prima yaitu dengan menerapkan penilaian berdasarkan *Criteria For Performance Excellence*. Salah satu kriteria yang terdapat di dalamnya adalah Fokus Pasar dan Pelanggan (*Customer and Market Fokus*)

Berdasarkan hal-hal yang disebutkan diatas, maka perlu kiranya menilai performansi kualitas pengelolaan perusahaan di PT. "X" sehingga dapat dilihat bagaimana kondisi kualitas pengelolaan perusahaan khususnya pada bagian fokus pasar dan pelanggan sehingga dapat diperoleh suatu umpan balik kepada organisasi di dalam meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Persaingan yang semakin ketat baik yang bersumber dari dalam maupun luar negeri menuntut setiap organisasi untuk dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya sehingga dapat bertahan hidup. Salah satu perspektif di dalam meningkatkan keunggulan kompetitif adalah fokus pasar dan pelanggan. Setiap usaha manajemen tidak akan ada gunanya bila akhirnya tidak menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan.

Untuk menilai seberapa baik pengelolaan kualitas perusahaan khususnya pada bagian fokus pasar dan pelanggan, maka perlu dilakukan penilaian dengan menggunakan standar yang terdapat pada *Criteria For Performance Excellence*. Dengan melakukan penilaian maka dapat diperoleh suatu umpan balik kepada perusahaan yang berupa kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan area-area untuk

perbaikan (*opportunity for improvement*) yang saat ini dimiliki perusahaan khususnya dalam hal ini adalah PT. “X”.

1.3 Pembatasan Masalah

Karena terdapat banyak metode untuk melakukan penilaian performansi, berdasarkan *Criteria For Performance Excellence*, maka penulis memilih metode *Malcolm Baldrige 2004* yang bersumber dari *Malcolm Baldrige National Quality Program*. Alasan pemilihan metode ini selain dapat digunakan secara universal juga panduan penilaian ini dapat diperoleh dengan cara *men-download* dari internet.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini, antara lain :

1. Sejauh mana kekuatan-kekuatan (*strengths*) yang dimiliki saat ini oleh PT. “X” pada kategori Fokus Pasar dan Pelanggan setelah dinilai dengan *Criteria for Performance Excellence 2004*?
2. Sejauh mana area-area yang perlu diperbaiki (*opportunity for improvement*) pada kategori Fokus Pasar dan Pelanggan setelah dinilai menggunakan *Criteria for Performance Excellence 2004* ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui kekuatan-kekuatan (*strengths*) yang dimiliki oleh perusahaan pada bagian Fokus Pasar dan Pelanggan saat ini.
2. Mengetahui sejauh mana area-area yang perlu mendapatkan perbaikan (*opportunity for improvement*) yang dimiliki oleh perusahaan pada bagian Fokus Pasar dan Pelanggan saat ini.

1.6 Sistematika Penulisan**BAB 1 : PENDAHULUAN**

Bab ini akan menguraikan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, dan tujuan penelitian.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori yang berhubungan dan berkaitan dengan permasalahan performansi kualitas pengelolaan perusahaan.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian-uraian mengenai pendekatan atau pemodelan masalah dan langkah-langkah apa yang akan dilakukan untuk memecahkan masalah tersebut.

BAB 4 : PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisikan data-data yang dibutuhkan dan yang telah berhasil dikumpulkan

BAB 5 : PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisi pengolahan data dari hasil pengumpulan data dan analisa mengenai hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan.

BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan akhir yang diperoleh sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang diharapkan dapat sebagai bahan acuan dalam memecahkan persoalan yang dihadapi perusahaan pada saat ini.