

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Diberlakukannya AFTA (*Asean Free Trade Area*) sejak dibentuk tahun 1992 memberi wewenang terhadap negara-negara ASEAN untuk ikut bersaing di kancan global dalam bidang ekonomi. AFTA dibentuk dengan tujuan agar setiap negara dapat meningkatkan daya saing produksi dan menarik investor langsung ke negara-negara ASEAN. Agar dapat bersaing, setiap pelaku usaha memiliki strategi tertentu agar dapat bersaing, menang, dan menguasai pasar baik domestik maupun internasional. Para pelaku usaha juga didorong untuk menghasilkan produk yang memiliki kualitas terbaik agar dapat bersaing dengan negara-negara ASEAN lainnya. Salah satu upaya agar dapat menang dalam persaingan tersebut adalah menerapkan strategi *Total Quality of Management* (TQM).

Dengan meningkatnya kepekaan konsumen terhadap mutu produk disertai meningkatnya jumlah produk dan jasa, maka daya saing dan daya tahan setiap usaha tidak lagi ditentukan lagi oleh rendahnya biaya yang dikorbankan, tetapi juga ditentukan oleh nilai tambah produk melalui peningkatan kualitas dan dengan pelayanan yang terbaik. Hal inilah yang mendasari pemikiran akan perlunya suatu sistem manajemen terpadu seperti TQM agar dapat menghasilkan berbagai produk berkualitas tinggi. Mutu produk yang dihasilkan perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen (Hanum, 2005:1).

Menurut Sila et al., (2007) *Total Quality of Management* memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan kekuatan daya saing perusahaan. Di dalam pasar global yang berubah secara terus-menerus, disamping pengiriman yang cepat (*speed of delivery*), kualitas produk juga menjadi salah satu elemen yang penting bagi perusahaan untuk dapat bersaing (*competition*). TQM merupakan pendekatan yang seharusnya dilakukan organisasi masa kini untuk memperbaiki kualitas produknya, menekan biaya produksi dan meningkatkan produktivitasnya. Implementasi TQM juga berdampak positif terhadap biaya produksi dan terhadap pendapatan (Gaspersz, 2005). Bukti lain juga menunjukkan bahwa perusahaan yang mengejar praktik terbaik TQM dapat mencapai keuntungan yang lebih tinggi dan *cashflow* sebanyak nilai pemegang saham yang lebih besar (Corbett and Rastrick, 2000).

Dalam penelitian Afriyanto (2010:1) mengatakan bahwa *Total Quality of Management* (TQM) yang merupakan salah satu teknik yang sering digunakan oleh perusahaan manufaktur dalam rangka meningkatkan kinerjanya dan memaksimalkan daya saing perusahaan melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya. TQM juga mendukung semua karyawan mampu memberikan kontribusi yang cukup besar dengan kinerja yang baik dalam upaya mengubah diri dalam persaingan di era globalisasi ini.

Untuk menghasilkan kualitas produk yang terbaik, komponen yang dibutuhkan adalah keterlibatan dari tenaga kerja, proses yang dilakukan, beserta lingkungan kerja yang memadai. Cara terbaik untuk melakukannya adalah dengan menerapkan *Total Quality of Management*. Implementasi TQM dalam setiap

aktivitas perusahaan adalah suatu bentuk strategi operasi untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui peningkatan kualitas produk hingga kualitas manajemen secara menyeluruh (Siti Maryam, 2013). Perbaikan kualitas juga terus-menerus dilakukan agar setiap perusahaan tidak menghasilkan produk yang *stagnant* namun terus menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fitria Hanum (2005:14) *Total Quality of Management* merupakan suatu konsep manajemen modern yang berusaha untuk merespon secara tepat setiap perubahan yang ada, baik yang didorong oleh kekuatan eksternal maupun internal. *Total Quality of Management* juga merupakan tantangan terhadap manajemen tradisional. Pendekatan tradisional menekankan tujuan perusahaan pada usaha memaksimalkan laba, sedangkan *Total Quality of Management* lebih berfokus pada tujuan perusahaan untuk melayani kebutuhan pelanggan dengan memasok barang dan jasa yang memiliki kualitas sebaik mungkin.

Dalam perusahaan, TQM juga memiliki peranan penting dalam sektor penjualan. Sektor ini diyakini merupakan pemasok utama penghasilan dari setiap operasi perusahaan. Setiap perusahaan tentu menyadari bahwa penjualan memegang peranan penting dalam usaha mencapai tujuannya. Seperti diketahui, salah satu tujuan dari perusahaan adalah untuk memperoleh laba sebesar-besarnya, dimana dengan laba tersebut akan memacu pertumbuhan perusahaan. Laba yang diharapkan tersebut direalisasikan melalui penjualan barang atau jasa. Dalam setiap penjualan harus ada perencanaan, target dan strategi kerjasama antara bagian yang terkait untuk dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan (Sunarto 1991:6).

Setiap perusahaan juga memiliki target penjualan yang harus dicapai. Perusahaan memiliki target yang berbeda tiap tahunnya. Tiap tahun target penjualan diharapkan naik walaupun dalam persentase yang kecil. Untuk mencapai target yang diharapkan, perusahaan terus melakukan perbaikan ataupun inovasi secara berkesinambungan baik dari segi produk maupun dari lingkup manajemen.

Barang yang akan dijual ke pelanggan diharapkan memenuhi standar kualitas dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang memakainya. Untuk menghasilkan produk yang berkualitas dibutuhkan peran dari tenaga kerja, proses, serta lingkungan yang memadai.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novatiani dan Pondang (2012:252) mengatakan bahwa TQM berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan di PT.KAI Bandung sebesar 68,2%. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa TQM berpengaruh kuat terhadap peningkatan penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yenni Carolina (2012:185) diketahui bahwa penerapan TQM yang terdiri dari tiga tahapan dari tahap persiapan, perencanaan, dan pelaksanaan dan komitmen organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Jawa Barat yang listing di BEI.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Chairany dan Wahyuni Lestari (2011:185) menunjukkan bahwa penerapan TQM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penerapan TQM meningkatkan kinerja perusahaan melalui kepemimpinan dan melalui perilaku produktif karyawan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Musran Munizu (2011:14) mengatakan bahwa variabel praktik TQM yang terdiri atas kepemimpinan,

perencanaan strategis, fokus pada pelanggan, informasi dan analisis, manajemen orang-orang dan manajemen proses mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja kualitas. Hal ini mengindikasikan bahwa derajat meningkat atau menurunnya kinerja mutu produk sangat ditentukan oleh variabel-variabel TQM tersebut. Komitmen manajemen yang kuat dan konsisten terhadap implementasi TQM dalam organisasi perusahaan sangat dominan dalam menentukan kinerja kualitas produk. Program-program peningkatan kualitas yang telah direncanakan dalam kerangka TQM akan berjalan dengan baik apabila mendapatkan dukungan penuh dari pihak pimpinan/manajemen perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Musran Munizu (2012:14) mengatakan bahwa variabel praktik TQM yang terdiri atas kepemimpinan, perencanaan strategis, fokus pada pelanggan informasi dan analisis, manajemen orang-orang, dan manajemen proses mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja kualitas. Hal ini mengindikasikan bahwa derajat meningkat atau menurunnya kinerja mutu produk sangat ditentukan oleh variabel-variabel TQM tersebut.

Berawal dari pemikiran tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh *Total Quality of Management (TQM)* Terhadap Pencapaian Target Penjualan di PT. INTI”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *TQM* terhadap pencapaian target penjualan pada PT. INTI?
2. Seberapa besar pengaruh *TQM* terhadap pencapaian target penjualan pada PT. INTI?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh *TQM* terhadap pencapaian target penjualan pada PT. INTI.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *TQM* terhadap pencapaian target penjualan pada PT. INTI.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi perusahaan akan pentingnya penerapan *Total Quality of Management* dalam mempengaruhi pencapaian target penjualan di perusahaan tersebut.

2. Bagi Peneliti Lainnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi peneliti lainnya terkait *Total Quality of Management* dan bagaimana peranannya terhadap perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian terkait selanjutnya.