

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di dalam perkembangan suatu perusahaan, baik perusahaan tersebut (jika ditinjau dari segi besarnya) merupakan perusahaan kecil, perusahaan menengah maupun perusahaan besar, maka persoalan produk atau jasa perusahaan yang bersangkutan tersebut akan ikut menentukan pesat dan tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Bahkan di dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk perusahaan ini akan semakin besar di dalam kaitannya dengan perkembangan perusahaan tersebut. Kualitas output (baik produk maupun jasa) dari suatu perusahaan tidak dapat diabaikan, apabila perusahaan yang bersangkutan menginginkan terdapatnya perkembangan yang positif pada tahun-tahun yang akan datang.

Perusahaan yang berproduksi tanpa memperhatikan kualitas produk atau jasa perusahaan, sama saja dengan menghilangkan harapan masa depan perusahaan tersebut. Di dalam jangka pendek, seakan-akan perusahaan akan dapat menekan biaya produksi, karena perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya pengendalian kualitas yang kadang-kadang bagi perusahaan-perusahaan tertentu menjadi cukup besar. Namun di dalam jangka panjang, perusahaan yang tidak memperhatikan kualitas dari keluarannya (outputnya) akan mengalami kesulitan pemasaran oleh karena akan

tersaing dengan produk-produk yang sama dari perusahaan yang lain, atau jasa yang sama dari perusahaan yang lain pula dengan kualitas produk atau jasa yang lebih baik. Jika perusahaan-perusahaan yang lain dapat memproduksi produk yang sama dengan kualitas yang lebih tinggi, maka produk perusahaan dengan kualitas yang rendah akan menjadi berkurang peminatnya. Berkurangnya peminat akan menyebabkan terhambatnya dana yang masuk ke perusahaan, sehingga dengan demikian perusahaan akan mengalami kesulitan keuangan yang cukup berat. Di satu sisi perusahaan harus mengeluarkan biaya promosi untuk meningkatkan penjualan dan di sisi lain perusahaan juga harus memperbaiki atau mengerjakan ulang produk atau jasa yang spesifikasinya tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Di dalam keadaan yang demikian maka perusahaan yang bersangkutan akan menjadi sangat berat untuk bertahan, apalagi untuk melakukan pengembangan di dalam perusahaan. Masalah mengenai kualitas ini juga ada pada PT Schneider Indonesia.

Sebagai perusahaan yang telah lama berdiri tentu perusahaan ini tidak terlepas dari permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan mutu atau kualitas produk atau jasa yang dihasilkan karena hal ini berhubungan dengan tingkat kepuasan konsumen dan peningkatan keuntungan perusahaan seperti yang terlihat pada lampiran 1. Selama periode 2000 – 2001 perusahaan Schneider Indonesia mengalami peningkatan penyimpangan hasil kerja. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah penyimpangan pada akhir tahun 2000 total penyimpangan adalah sebesar 13 kasus, sedangkan pada akhir tahun 2001 meningkat menjadi 18 kasus atau meningkat

sebesar 38,5 % . Hal ini sangat berpengaruh pada Pt Schneider Indonesia terutama pada peningkatan keuntungan dan kepercayaan konsumen.

Berdasarkan dari tabel 1.1 maka dapat diketahui penyimpangan hasil kerja yang terjadi di PT Schneider Indonesia disebabkan oleh 3 faktor yaitu :

1. Internal Anomalies adalah penyimpangan prosedur yang dilakukan oleh perusahaan.

Contoh : kesalahan file pekerjaan, kelupaan untuk mencatat complaint, tidak mengikuti prosedur pekerjaan.

2. Customer Complaint adalah hasil produk tidak seperti yang diharapkan.

Contoh : pemasangan kurang baik, material kurang baik, keterlambatan pengiriman semua perlengkapan.

3. Non-Conformities adalah barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi.

Contoh : kesalahan pabrikasi supplier Enerdis-France, MW & MVAR meter rangenya diluar yang seharusnya.

Tabel 1.1

Perubahan Penyimpangan Hasil Kerja Tahun 2000 - 2001

	2000	2001	% perubahan
Internal Anomalies	8	7	- 12,5 %
Costumer Complaint	4	7	+ 75 %
Non-Conformities	1	4	+ 300 %
Total	13	18	+ 38,5 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa faktor Internal Anomalies mengalami perubahan sebesar – 12,5 %, ini berarti penyimpangan yang dilakukan oleh pihak perusahaan menurun. Untuk penyimpangan Customer Complaint terjadi peningkatan sebanyak 75 %, ini berarti masih banyak produk yang dihasilkan tidak sesuai seperti yang diharapkan. Sedangkan untuk faktor Non-Conformities terjadi peningkatan sebanyak 300 %, ini berarti masih banyak barang-barang yang digunakan tidak sesuai dengan spesifikasi.

Dari permasalahan diatas maka pihak perusahaan berusaha mencari tahu penyebab permasalahan ini dan berusaha mencari solusi yang terbaik untuk mengatasinya. Berdasarkan alasan di atas penulis tertarik untuk menulis penelitian ini dengan topik :

“ ANALISIS PENERAPAN QUALITY PROJECT PADA PURCHASING SECTION PT SCHNEIDER INDONESIA “

B. Perumusan Masalah

Seperti diketahui bahwa suatu perusahaan banyak menghadapi masalah, semakin besar suatu perusahaan semakin banyak pula masalah yang dihadapi. Dalam melaksanakan kegiatan penelitian ini, penulis menemukan beberapa permasalahan yang dihadapi perusahaan di bidang manajemen kualitas yang penulis rumuskan antara lain:

1. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan adanya penyimpangan kualitas project pada PT Schneider Indonesia ?
2. Bagaimana cara mengatasi penyimpangan kualitas project tersebut ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor penyebab penyimpangan kualitas project di PT Schneider Indonesia.
2. Untuk mengetahui bagaimana cara mengatasi penyimpangan kualitas project di PT Schneider Indonesia ?

D. Manfaat Penelitian

1. Memberikan sumbangan pikiran dan jalan keluar untuk memecahkan permasalahan mengenai kualitas agar dapat meningkatkan kualitas manajemen dan profit perusahaan..
2. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi perusahaan pada periode yang akan datang dan bagi pembaca .

E. Metode Penelitian

1. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini diambil objek penelitian pada perusahaan PT Schneider Indonesia yang beralamat di Jl. R. A. Kartini No.26, Ventura Building lantai 6, Cilandak, Jakarta ,12430.

2. Data Yang Digunakan

a. Data Primer

adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian berupa data - data yang berhubungan dengan masalah - masalah yang akan dianalisis.

b. Data Sekunder

adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yaitu data yang diperoleh dari dokumen atau catatan dari pihak lain yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara (*interview*)

Yaitu data yang diperoleh dari hasil tanya jawab secara langsung kepada pimpinan perusahaan dan menyebarkan questioner untuk karyawan yang berwenang terhadap permasalahan yang diteliti.

b. Pengamatan (*observasi*)

Dalam hal ini akan diadakan pengamatan secara langsung terhadap permasalahan yang diteliti dan mengadakan pencatatan seperlunya.

c. Kepustakaan

Yaitu pencarian data-data melalui buku-buku atau referensi literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

4. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Analisis kualitatif

Adalah suatu metode analisis data yang menguraikan secara teoritis masalah yang berhubungan dengan manajemen kualitas sesuai dengan lingkup pembahasan masalah.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini digunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini dikemukakan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi mengenai studi pustaka yang digunakan dalam menganalisis dan memecahkan masalah yang akan di bahas dalam tugas akhir yaitu mengenai: pengertian kualitas, persyaratan sistem kualitas, pengumpulan informasi pengendalian kualitas, dan konsep total quality management.

Bab III Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini membahas tentang data - data umum perusahaan, data - data

penelitian yang berhubungan dengan topik yang dibahas dan pengolahannya untuk mendapatkan hasil .

Bab IV Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini berisi analisis berdasarkan hasil pengolahan data dan usulan-usulan yang bermanfaat bagi perusahaan yang berkaitan dengan hasil penelitian .

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dapat diambil berdasarkan hasil analisis di atas.