

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan tentu memiliki tujuan paling pokok yaitu meningkatkan kualitas atau mutu produknya. Peningkatan kualitas atau mutu produk ini sangatlah penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, karena dengan mutu yang bagus maka perusahaan akan dapat dengan mudah mendapat kepercayaan konsumen. Banyak perusahaan menyadari bahwa mutu pelayanan yang luar biasa dapat memberikan keunggulan bersaing yang kuat kepada mereka serta menghasilkan penjualan dan laba yang tinggi. Untuk mencapai usaha memaksimalkan daya saing organisasi maka perusahaan perlu menerapkan suatu teknik *Total Quality Management* (TQM). Apabila perusahaan menggunakan TQM, maka akan mengurangi biaya operasi dan meningkatkan penghasilan sehingga laba makin meningkat

Total Quality Management (TQM) merupakan suatu sistem yang dapat dikembangkan menjadi pendekatan dalam menjalankan usaha untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, tenaga kerja, dan lingkungannya. TQM bukan merupakan tujuan akhir perusahaan atau organisasi, melainkan merupakan suatu cara unik mencapai sasaran organisasi. Salah satu sasaran perusahaan adalah meningkatkan kinerja manajernya. Penerapan TQM akan memberikan pengaruh bagi produktivitas kinerja manajer di suatu perusahaan. Kinerja

manajer merupakan faktor yang paling menentukan tingkat produktivitas karena dua hal. *Pertama*, manajer merupakan bagian dari biaya yang terbesar dalam pengadaan barang atau jasa. *Kedua*, masukan pada sumber daya manusia lebih mudah dihitung dibandingkan dengan masukan faktor lain seperti modal. Kinerja manajerial yang menjadi fokus penelitian ini adalah kinerja para individu dalam kegiatan manajerial yang meliputi delapan dimensi yaitu perencanaan, investigasi, pengkoordinasian, evaluasi, pengawasan, pengaturan staf, negosiasi, dan perwakilan.

Fenomena yang terjadi pada PT. Carrefour Indonesia Plaza Medan Fair adalah sering kali terjadi kegagalan dalam memenuhi *Standart Operational Procedure (SOP)* yang telah ditetapkan *Top Management*. Terjadinya kegagalan ini kemungkinan disebabkan oleh masih belum efektifnya penerapan *Total Quality Management*. Dari fenomena yang bias menjadi salah satu contoh adalah bahwa masih sering datang keluhan dari *customer* yang masih bingung dalam mencari produk yang diinginkan ataupun masih ada label harga yang belum terpasang pada produk. Tentu saja hal ini tidak mencerminkan TQM yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dan pelayanan yang maksimal. Apabila hal ini terus dibiarkan maka akan berdampak buruk pada kondisi usaha perusahaan. Atas dasar inilah peneliti merasa perlu untuk menilai TQM yang dihasilkan tiap departemen dalam PT. Carrefour Indonesia Plaza Medan Fair di Kota Medan yang dikaitkan dengan kinerja para manajernya.