

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia industry global saat ini, persaingan telah menjadi lebih ketat dan kompetitif. Baik industry manufaktur maupun jasa melakukan segala upaya untuk dapat bertahan dalam persaingan yang sangat ketat tersebut. Upaya tersebut guna menciptakan competitive advantage bagi perusahaan. Hal yang mendasari competitive advantage adalah kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk dan jasa yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Eugenia, 2010). Arumugam & Mojtahedzadeh (2011) mengatakan bahwa konsumen adalah starting point dari end point pada kesuksesan bisnis. Oleh sebab itu dalam menciptakan competitive advantage perusahaan perlu lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

Saat ini banyak perusahaan juga berusaha menawarkan produk dan jasa yang bermacam-macam, bahkan ada yang ditawarkan dengan spesifikasi serupa dengan pesaingnya. Hal ini tentu menjadikan konsumen lebih selektif dalam memilih barang dan jasa yang memiliki kualitas paling baik. Demirbag (2006) mengatakan bahwa peningkatan persaingan dan permintaan dengan kualitas tinggi menyebabkan semakin banyak perusahaan menyadari bahwa mereka harus menyediakan produk atau jasa berkualitas tinggi untuk sukses bersaing di pasar. Dan karena kualitas merupakan salah satu aspek yang paling diharapkan oleh konsumen pada semua layanan produk (Gorji,2011),

oleh karena itu dalam menciptakan competitive advantage perusahaan juga perlu meningkatkan kualitas dari produk dan jasa mereka.

Menurut Kotler (1997), kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Oleh karena itu untuk dapat bersaing, sebuah organisasi perlu memperhatikan kualitas dari produknya guna memenuhi kebutuhan dari pelanggan. Dale (2003:12-20), juga menyimpulkan beberapa hasil survey yang terfokus pada persepsi arti pentingnya kualitas produk dan jasa, diantaranya: persepsi publik atas kualitas produk dan jasa yang semakin luas, meningkatnya pandangan dan peran manajemen puncak, kualitas tidak dapat dinegosiasikan (quality is not negotiable), kualitas meliputi semua hal (quality is all-pervasive), kualitas meningkatkan produktivitas, kualitas mempengaruhi kinerja yang lebih baik pada pasar, kualitas berarti meningkatkan kinerja bisnis, Biaya non kualitas yang tinggi, konsumen adalah raja, kualitas adalah pandangan hidup (way of life).

Dalam menciptakan produk dan jasa yang berkualitas, perusahaan dapat menggunakan system Total Quality Management (TQM). Hal ini karena TQM berorientasi pada kualitas barang dan jasa. Penerapan TQM merupakan salah satu factor yang dapat menciptakan kesuksesan karena TQM berfokus pada konsumen dan melakukan perbaikan berkesinambungan pada setiap produk, jasa dan proses (Gorji, 2011).

Penerapan TQM dapat meningkatkan kinerja dari organisasi, hal ini dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan oleh Hasan & Kerr (2003). Oleh karena itu system TQM merupakan salah satu cara yang baik dalam

meningkatkan kualitas dan menciptakan competitive advantage bagi organisasi. TQM dapat diterapkan untuk berbagai macam organisasi. Baik perusahaan manufacture maupun perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Salah satu organisasi yang bergerak dibidang jasa yang juga dapat menerapkan TQM adalah organisasi yang bergerak dibidang jasa pendidikan.

Universitas swasta merupakan salah satu organisasi yang bergerak di bidang jasa pendidikan. Dalam UU RI No 12 tentang Pendidikan Tinggi, disebutkan bahwa Universitas swasta adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan Pendidikan Tinggi, kemudian disebutkan juga tentang Tridharma Universitas swasta yang selanjutnya disebut Tridharma adalah kewajiban Universitas swasta untuk menyelenggarakan Pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Oleh karena itu Universitas swasta merupakan salah satu organisasi yang harus memperhatikan kualitas dalam pelayanannya, karena memiliki tanggung jawab yang besar tidak hanya untuk menarik minat konsumen yang mana dalam kasus ini adalah mahasiswa tetapi juga untuk pengabdian kepada negara dan masyarakat.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari Universitas swasta, perlu dilakukan perbaikan secara terus menerus. Dan TQM merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan bagi Universitas swasta untuk memperbaiki kinerja pelayanannya. Pendekatan TQM pada Universitas swasta ini akan dapat memperbaiki system organisasi secara terus menerus sehingga mampu menghadapi perubahan lingkungan global yang terjadi, dan memberikan kualitas yang semakin baik dalam pelayanannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini akan dilakukan penelitian tentang penerapan *Total Quality Management* pada fakultas ekonomi di tiga Universitas swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2. Rumusan Masalah

- Bagaimana penerapan *Total Quality Management* pada fakultas ekonomi di tiga universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Penerapan Total Quality Management* pada fakultas ekonomi di tiga universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Universitas

Hasil penelitian ini memberikan informasi kepada universitas tentang penerapan TQM yang telah dilakukan dan memberikan informasi mengenai sektor yang mungkin masih dapat ditingkatkan lagi kinerjanya.

2. Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam membuat kebijakan mengenai standar penerapan TQM pada Universitas swasta, sehingga dapat menjaga kualitas pelayanan dari Universitas swasta yang pada akhirnya dapat menciptakan lulusan yang berkualitas.

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran

