

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini perubahan permintaan selera konsumen berlangsung begitu cepat. Dalam kaitan tersebut perubahan selera konsumen perlu diketahui keinginannya dan juga diupayakan bagi pelaku usaha untuk memuaskan konsumen. Perubahan selera konsumen harus ditanggapi dengan sebaik mungkin karena apabila tidak ditanggapi secara serius maka loyalitas konsumen terhadap produk akan berkurang. Peningkatan kompetisi, pilihan dan tuntutan pelanggan akan berpengaruh terhadap bagaimana tingkat penjualan. Pada saat bersamaan, faktor eksternal juga mempengaruhi perusahaan. Maka dari itu bagi konsumen dalam memiliki produk perlu mendapatkan kualitas yang baik.

Salah satu syarat untuk memenangi persaingan industri ke depannya terutama dalam era globalisasi adalah dengan memperhatikan masalah kualitas. Kualitas sendiri merupakan karakteristik kondisi suatu produk atau jasa yang berhubungan dengan memenuhi suatu harapan konsumen dan dilakukan perbaikan yang berkelanjutan supaya konsumen merasa puas dengan produknya. Sebuah kualitas tidak hanya menyangkut pada proses hasil akhir, yaitu sebuah produk dan jasa namun bagaimana juga menyangkut kualitas manusia dan kualitas lingkungan. Sebuah produk yang berkualitas akan dihasilkan apabila melalui perakitan manusia yang berkualitas juga.

Oleh karena itu apabila suatu perusahaan ingin tetap berjalan dalam menghadapi era globalisasi, diharuskan memperhatikan kualitas secara berkelanjutan, menjaga kestabilan dan memperbaiki kekurangan-kekurangan selama proses produksi berlangsung. Kualitas produk merupakan hal yang terpenting yang dinilai kepada konsumen. Selain memilah-milah harga, konsumen dalam memutuskan suatu pembelian menekankan dalam hal kualitas. Dengan demikian, kualitas adalah salah satu faktor utama bagi perusahaan yang harus dijaga dan di tingkatkan. Ketika kualitas produksi yang dihasilkan menurun, maka bukan tidak mungkin konsumen akan pindah ke produk pesaing karena para konsumen akan cenderung memilih produk dengan kualitas terbaik.

Manajemen kualitas memiliki arti penting yang dapat dilihat dari dua sudut, yaitu dalam sudut manajemen operasional dan sudut manajemen pemasaran. Manajemen operasional juga dapat diperoleh melalui kualitas produk dimana untuk meningkatkan daya saing produk yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen guna memuaskan konsumen untuk mampu bersaing dengan kualitas produk yang dimiliki pesaing. Sedangkan jika dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk menjadi unsur utama dalam bauran pemasaran atau *marketing mix* yang meliputi produk, harga, promosi, dan saluran distribusi. Dimana unsur utama tersebut dijadikan unsur penting untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar.

Untuk meningkatkan kualitas pada perusahaan, suatu perusahaan bisa menerapkan suatu metode yang disebut dengan *Six Sigma*. *Six Sigma* yaitu suatu alat manajemen yang digunakan untuk mengganti peran dari *TQM (Total Quality*

Management) yang biasa digunakan untuk meningkatkan kualitas. *Six Sigma* juga telah menjadi strategi dalam perusahaan sebagai alat dan metode untuk meningkatkan laba usaha suatu produksi. *Six Sigma* juga memiliki kontribusi penting dalam perusahaan yaitu telah dijadikan suatu konsep utama sebagai strategi bisnis. Beberapa komponen konsep *six sigma* yaitu untuk mengutamakan pelanggan, manajemen yang berdasarkan data dan fakta, fokus pada proses manajemen dan perbaikan, manajemen yang proaktif, kolaborasi tanpa batas, dan selalu mengutamakan hasil yang terbaik.

Dalam aktivitas bisnis terutama dalam hal pengendalian kualitas masih banyak perusahaan yang menggunakan metode *TQM*. Metode *TQM* sendiri hanya memberikan petunjuk tentang menjaga dan meningkatkan kualitas tanpa membuktikan keberhasilan peningkatan kualitas perusahaan, sedangkan kontribusi *six Sigma* lebih berfokus kepada nilai pelanggan atau konsumen sehingga perusahaan dalam membuat produknya mampu mengidentifikasi secara rinci mana yang perlu dilakukan perbaikan kinerja atau system. Oleh karena itu dalam pelaksanaannya *six sigma* mampu membuktikan hal-hal yang menjadi solusi dalam permasalahan yang biasa muncul dalam perusahaan terutama dalam hal peningkatan kualitas. Hal ini mengakibatkan perusahaan yang masih menggunakan metode *TQM* belum menemukan solusi atas permasalahan dalam pengendalian kualitas.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas tersebut, akan dilakukan penelitian pada perusahaan produk Roti yaitu “Amy Bakery” yang terletak di kota Surakarta. Amy Bakery merupakan usaha roti milik keluarga yang memproduksi berbagai macam varian dan rasa. Menurut pemilik Amy Bakery

dalam menjalankan usahanya agar tetap mendapat kepercayaan dari para konsumen dan mendapatkan keuntungan perlu memperhatikan kualitas dari produk roti yang setiap hari dihasilkan. Kualitas dapat dijadikan faktor sebagai keberhasilan dalam memperoleh keuntungan. Ketika pelaksanaan diawasi oleh pemilik dan juga oleh para karyawan yang bekerja sehingga hasil yang diproduksi akan tetap terjaga. Namun permasalahan kualitas sering dialami oleh toko roti Amy Bakery, dimana dalam melakukan pengawasan masih kurang, sehingga banyak produk rusak atau cacat yang dihasilkan. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk membahas mengenai pengendalian kualitas produk dengan menggunakan penerapan *Six Sigma*.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi pengendalian kualitas produk pada Amy Bakery dengan menggunakan metode Six Sigma ?
2. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya produk cacat sehingga menyebabkan menurunnya tingkat kualitas produk roti pada Amy Bakery ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi pengendalian kualitas produk pada Amy Bakery dengan menggunakan metode Six Sigma.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya produk rusak atau cacat.

Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait masalah yang akan diteliti, sehingga dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas dan kesesuaian antara fakta dan teori yang ada.

2. Bagi Organisasi

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi perusahaan terkait dengan pengendalian kualitas produk menggunakan Six Sigma supaya meningkatkan penjualan.

3. Bagi Pihak Lain

Penulisan penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat yang baik bagi siapa saja yang membaca dan membutuhkan hasilnya, sehingga penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua orang.

