BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen bertujuan untuk menyediakan informasi bagi para manajer. yaitu mereka yang berada pada sebuah organisaasi atau perusahaan dan yang berkewajiban untuk memimpin dan mengendalikan kegiatan organisasi atau perusahaan tersebut. Akuntansi manajemen dapat dibedakan dengan akuntansi keuangan, yaitu akuntansi yang berkaitan dengan penyedian informasi bagi para pemegang saham, kreditor, dan berbagai pihak lain yang berada diluar perusahaan.

Menurut Darsono Prawironegoro (2008:2) adalah sebagai berikut :

> "Akuntansi manajemen dirancang untuk mengelolah dan menyajikan yang diperlukan oleh manajemen untuk mencapai tujuan, sebagai berikut :
>
> 1) Merumuskan keseluruhan strategi dan rencana jangka panjang
> 2) Membuat keputusan pengalokasian sumber daya untuk menghasilkan produk dan menciptakan kupuasaan customer
> 3) Merencanakan dan mengendalikan biaya oprasional, dengan memberikan focus pada analisis penghasilan, biaya, aktiva, dan utang berdasarkan segmen, investasi, dan aspek lain dalam wilayah tanggung jawab manajemen.
> 4) Mengukur dan mengevaluasi kinerja personal yang terlibat dalam organisasi dengan menggunakan ukuran kinerja keuangan dan kinerja non keuangan."

Informasi yang dihasilkan oleh akuntansi manajemen terutama diperlukan oleh pihak internal, yaitu para manajer pada berbagai tingkat, untuk menjalankan

fungsi-fungsi manajemen, terutama perencanaan, pengendalian, dan pengembalian keputusan. Dalam beberapa hal manajemen dapat dibagi informasi tersebut dengan pihak eksternal, seperti pelanggan dan pemasok. Berbeda dengan akuntasi keuangan, pengolahan dan penyajian informasi dalam sistem akuntansi manajemen tidak terikat oleh ketentuan yang berlaku.

2.1.1.1 Akuntansi Keuangan

Menurut Mulyadi (2001:2) penggolongan akuntansi manajemen dilihat dari dua sudut yaitu :

> "Akuntansi manajemen sebagai salah satu tipe akuntansi dan akuntansi manajemen sebagai salah satu tipe informasi."

Sebagai salah satu tipe akuntansi, akuntansi manajemen merupakan suatu sistem pengolahan informasi keuangan yang digunakan untuk menghasilkan informasi keuangan bagi kepentingan pemakai internal organisasi. Sebagai salah satu tipe informasi, akuntansi manajemen merupakan tipe akuntasi kuantitatif yang menggunakan uang sebagai satuan ukuran, yang digunakan untuk membantu manajemen dalam pelaksanaan pengelolaan perusahaan.

2.1.1.2 Persamaan Akuntansi Manajemen dengan Akuntansi Keuangan

Menurut Mulyadi (2001:8), Akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan memiliki dua kesamaan, adalah sebagai berikut :

1) Prinsip akuntansi yang berterima umum dalam akuntansi keuangan kemungkinan besar juga merupakan prinsip pengukuran yang relevan dalam akuntansi manajemen.

2) Akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen menggunakan informasi operasi yang sama sebagai bahan baku untuk menghasilkan informasi yang disajikan kepada pemakaianya.

2.1.1.3 Perbedaan Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Kuangan.

Perbedaan antara akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan yaitu :

Table 2.1
Perbedaan Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Keungan

No	Faktor	Akutansi Manajemen	Akutansi Keuangan
1	Pemakai	Manajemen internal pada berbagai tingkat	Pemakai ekstrnal, yaitu kantor pajak, pemilik dan calon investor, kreditor
2	Aturan yang mengikat	Tidak ada kecuali prinsip cost and benefit	SAK/GAAP
3	Implikasi pelaku	Sangat mempertimbangkan prilaku manajer dalam hubunannya dngan informasi yang diproleh	Yang penting adalah pengukuran kinerja ekonomi perusahaan prilaku menjadi factor kedua
4	Fokus waktu	Orientasi masa depan	Tahunan
5	Rentang waktu	Fleksibel : Tahunan dan satuan waktu yang lebih pendek	Tahunan
6`	Sifat laporan atau informasi	Rinci, dan segmentasi	Ringkasan, laporan perusahaan secara keseluruhan
7	Input	Visi dan Misi manajemen, KInerja historis, data prediksi, Pengaruh lingkungan	Transaksi keuangan yang dicatat dalam bukti transaksi

Sumber : Mulyadi (2001:3)

2.1.2 *Total Quality Management* (TQM)

2.1.2.1 Pengertian *Total Quality Management* (TQM)

Total Quality Management (TQM) pada awalnya diperkenalkan oleh Jepang dengan istilah *Total Quality Control* (TQC). Sebenarnya tidak ada perbedaan yang mencolok antara TQM dengan TQC, hanya saja penekanannya berbeda, dimana TQC lebih berfokus pada pengendaliannya (*control*) sedangkan TQM lebih berfokus pada manajemennya. Jepang sendiri telah membuktikan bahwa kualitas merupakan prasyarat utama agar bisa bersaing dalam dunia bisnis. Hal ini dibuktikan dengan masuknya perusahaan-perusahaan Jepang dengan produk yang murah namun berkualitas baik.

TQM adalah filosofi yang menghendaki perubahan perilaku pada semua tingkat organisasi dengan menaruh perhatian pada pentingnya kepuasan konsumen. Filosofi TQM ini menekankan pada sumber daya manusia dan hubungan antar manusia yang tidak hanya mengandalkan pemeriksaan kualitas pada akhir proses, tetapi lebih menitikberatkan pada proses pembentukan kualitas itu sendiri dengan cara menghilangkan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi selama proses produksi.

Ada beberapa definisi TQM dari para ahli, yaitu :

Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2003:4), mengemukakan bahwa :

> "*Total Quality Management* merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya".

Sedangkan menurut Vincent Gasperz (2001:6), mengemukakan bahwa :

> "*Total Quality Management* didefinisikan sebagai suatu cara meningkatkan performansi secara terus menerus (*continous performance improvement*) pada setiap level operasi atau proses, dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi, dengan menggunakan semua sumber daya manusia dan modal yang tersedia".

Selanjutnya menurut Amin Widjaja Tunggal (2001:9), yaitu :

> "*Total Quality Management* merupakan suatu pengelolaan organisasi secara menyeluruh agar organisasi memperoleh keunggulan pada semua dimensi produk dan jasa yang penting bagi pelanggan dan bahwa kualitas mencakup keseluruhan organisasi pada setiap organisasi pada setiap hal yang dilakukan organisasi yang pada akhirnya kualitas akan didefinisikan pelanggan".

Dari definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa TQM merupakan cara terbaik agar dapat bersaing dan unggul dalam persaingan global yaitu dengan menghasilkan kualitas terbaik dan meningkatkan pelanggan. Untuk menghasilkan kualitas terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan manusia, proses, dan lingkungan.

2.1.2.2 Prinsip – Prinsip TQM

TQM merupakan suatu konsep yang berupaya melaksanakan sistem manajemen kualitas kelas dunia. Untuk itu diperlukan perubahan besar dalam budaya dan sistem nilai suatu organisasi.

Menurut Hensler dan Brunell (2003:14), ada empat prinsip utama dalam TQM. Ke empat prinsip tersebut adalah :

1) Kepuasan Pelanggan

Dalam *Total Quality Management*, konsep mengenai kualitas dan pelanggan diperluas. Kualitas tersebut ditentukan oleh pelanggan. Pelanggan itu sendiri meliputi pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Kebutuhan pelanggan diusahakan untuk dipuaskan dalam segala aspek, termasuk didalamnya harga, keamanan, dan ketepatan waktu. Oleh karena itu segala aktivitas perusahaan harus dikoordinasikan untuk memuaskan para pelanggan. Kualitas yang dihasilkan suatu perusahaan sama dengan nilai yang diberikan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup para pelanggan.

2) Respek Terhadap Semua Orang

Dalam perusahaan yang kualitasnya kelas dunia, setiap karyawan dipandang sebagai individu yang memiliki talenta dan kreativitas tersendiri yang unik. Karyawan merupakan sumber daya organisasi yang paling bernilai. Oleh karena itu setiap orang dalam organisasi diperlakukan dengan baik dan diberi kesempatan untuk terlibat dan berpartisipasi dalam tim pengambil keputusan.

3) Manajemen Berdasarkan Fakta

Maksudnya bahwa setiap keputusan selalu didasarkan pada data, bukan sekedar perasaan. Ada dua konsep pokok berkaitan dengan hal ini, yaitu :

a. Prioritisasi, yakni suatu konsep bahwa perbaikan tidak dapat dilakukan pada semua aspek pada saat yang bersamaan, mengingat keterbatasan sumber daya yang ada. Dengan menggunkan data maka manajemen

dan tim dalam organisasi dapat memfokuskan usahanya pada situasi tertetu yang vital.

b. Variasi, yakni data statistik dapat memberikan gambaran mengenai variabilitas yang merupakan bagian yang wajar dari setiap sistem organisasi. Manajemen dapat memprediksi hasil dari setiap keputusan dan tindakan yang dilakukan.

4) Perbaikan Berkesinambungan

Agar dapat sukses, setiap perusahaan perlu melakukan proses secara sistematis dalam melaksanakan perbaikan berkesinambungan. Konsep yang berlaku disini adalah siklus PDCA (*Plan-Do-Check-Act*), yang terdiri dari langkah-langkah perencanaan, pelaksanaan rencana, pemeriksaan hasil pelaksanaan rencana, dan tindakan korektif terhadap hasil yang diperoleh.

2.1.2.3 Tujuan dan manfaat TQM

Menurut Shani dan Krishnan seperti yang dikutip oleh Fandy Tjiptono & Anastasia Diana (2003:70), Secara singkat pelaksanaan TQM pada suatu perusahaan bertujuan untuk :

1) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia sehingga mampu dan terampil dalam melaksanakan tugasnya dengan baik.
2) Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar tercapai kepuasan pelanggan.
3) Meningkatkan produktivitas dan menurunkan biaya.

4) Terlaksananya kebijakan dan sasaran perusahaan.

Tujuan TQM yang lebih luas adalah untuk menjamin kepemimpinan dengan menetapkan proses dan sistem yang meningkatkan keberhasilan perusahaan, mencegah kesalahan dan pemborosan usaha serta meyakinkan hubungan dengan konsumen.

Dalam arti sempit, tujuan TQM adalah untuk perbaikan mutu produk, jasa dan proses, dimana mutu tersebut diperoleh dengan tingkat biaya yang paling ekonomis, yang akan berpengaruh pada produktivitas, kepuasan konsumen, pencapaian laba serta kinerja keuangan perusahaan.

Hal ini pada akhirnya dapat menghasilkan kemampuan perusahaan untuk menyelenggarakan produksi secara kompetitif, tepat waktu, efektif dan efisien yang menjadi tujuan perusahaan.

Ada dua manfaat dari dilaksanakannya TQM, antara lain:

1) Internal, yaitu bila mutu diperbaiki, akan dicapai produktivitas yang lebih tinggi, yang memungkinkan harga yang kompetitif, peningkatan pangsa pasar, dan laba yang lebih tinggi.
2) Eksternal, loyalitas konsumen, mendapat lebih banyak pembeli sehingga akan meningkatkan pangsa pasar dan laba.

2.1.2.4 Perspektif pelanggan

Perspektif pelanggan, perusahaan melakukan identifikasi pelanggan dan segmen pasar yang akan dimasuki, yang kemudian mengukur kinerja berdasarkan target segmen tersebut. Segmen pasar merupakan sumber yang akan menjadi

komponen penghasil tujuan finansila perusahaan. Perspektif pelanggan memungkinkan perusahaan menyelaraskan berbagai ukuran pelnggan dan segmen pasar sasaran (Kaplan dan Norton 2001).

Suatu produk atau jasa dikatakan bernilai apabila manfaat yang diterimanya lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan. Dan suatu produk atau jasa akan lebih bernilai apabila kinerjanya mendekati atau melebihi dari apa yang diharapkannya. Dalam perspektif pelanggan, kpalan dan Norton (2001) menjelaskan ada dua kelompok pengukuran yang terkait , yaitu :

1) *Costumer core measurement* (pengukuran inti) memiliki beberapa komponen pengukuran yaitu :
    a. *Market share*, pengukuran ini mencerminkan bagian yang dikuasai perusahaan atas keseluruhan pasar yang ada. Yang meliputi antara lain : jumlah pelanggan dan volume unit penjualan.
    b. *Customer retention*, mengukur tingkat di mana perusahaan dapat mempertahankan hubungan dengan pelanggan.
    c. *Customer acquisition*, mengukur tingkat di mana suatu unit bisnis mampu menarik pelanggan baru atau memenangkan bisnis baru.
    d. *Customer satisfaction*, menaksir tingkat kepuasan pelanggan terkait dengan criteria kinerja spesifik dalam value proposition.
    e. *Customer profitability*, mengukur laba bersih dari seorang pelanggan atau segmen setelah di kurangi biaya yang khusus di perlukan untuk mendukung pelanggan tersebut.

2) *Customer value proposition* (penilaian penunjangan) merupakan pemicu kinerja yang terdapat pada *core value prposition* yang didasarkan pada atribut sebagai berikut :

   a) *Product/service attributes*, meliputi fungsi dari suatu produk atau jasa, harga dan kualitas. Pelanggan memiliki preferensi yang berbeda-beda atas produk yang ditawarkan. Ada yang mengutamakan fungsi dari produk, kualitas atau harga yang murah. Perusahaan harus mengidentifikasi apa yang di inginkan pelanggan atas produk atau jasa yang ditawarkan. Selanjutnya pengukuran kinerja ditetapkan berdasarkan hal tersebut.

   b) *Customer relationship*, menyangkut perasaan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Perasaan konsumen ini sangat di pengaruhi oleh responsifitas dan komitmen perusahaan terhadap pelanggan berkaitan dengan masalah waktu penyampaian. Waktu merupakan komponen yang penting dalam persaingan perusahaan . konsumen biasanya menganggap penyelesaian orer yang cepat dan tepat waktu sebgai factor yang penting bagi kepuasan mereka.

   c) *Image and reputation*, menggambarkan factor-faktor *intangible* yang menarik konsumen untuk beruhubungan dengan perusahaan. Membangun *image* dan reputasi dapat dilakukan dengan melalui iklan dan menjaga kualitas seperti yang dijanjikan.

Perspektif pelanggan :

a. *Customer retention* (retensi pelanggan)

$$\textit{Customer retention} = \frac{\text{Jumlah Pelanggan Lama}}{\text{Jumlah Pelanggan}} \times 100\%$$

b. *Customer acquisition* (Akuisisi Pelanggan)

$$\textit{Customer acquisition} = \frac{\text{Jumlah Pelanggan Baru}}{\text{Jumlah Pelanggan}} \times 100\%$$

c. *Numberof Complains* (Jumlah Komlain)

$$\textit{Numberof Complains} = \frac{\text{Jumlah Komplain}}{\text{Jumlah Pelanggan}} \times 100\%$$

d. *On time delivery* (Ketepatan Waktu)

$$\textit{On time delivery} = \frac{\text{Pengiriman Tepat Waktu}}{\text{Total Pengiriman}} \times 100\%$$

2.1.3 Kinerja Keuangan

2.1.3.1Pengertian Kinerja

Kinerja atau prestasi kerja berasal dari pengertian performance. Kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi.

Pengertian Kinerja menurut Ambar Teguh Sulistiyani (2003 : 223) adalah :

> "kinerja seseorang merupakan kombinasi dari kemampuan, usaha dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerjanya".

Sedangkan menurut Veithzal Rivai (2004:309) kinerja adalah :

> "Merupakan perilaku yang nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan".

Dengan pemahaman kinerja diatas, dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah perumusan tujuan, terdapatnya kerja sama, sifatnya berkelanjut, terjadi komunikasi dua arah dan terdapat umpan balik.

2.1.3.2 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang menunjukkan efektifitas dan efisien suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuannya. Efektifitas apabila manajemen memiliki kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau suatu alat yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan efisiensi diartikan sebagai ratio (perbandingan) antara masukan dan keluaran yaitu dengan masukan tertentu memperoleh keluaran yang optimal.

Menurut Hastuti (2005) dan Ayu (2006) kinerja keuangan perusahaan adalah :

> "Hasil banyak keputusan individual yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen. Oleh karena itu untuk menilai kinerja perusahaan perlu melibatkan analisis dampak keuangan kumulatif dan ekonomi dari

keputusan dan mempertimbangkannya dengan menggunakan ukuran komparatif."

Sedangkan menurut Sri Sulistyanto dan Haris (2003), mengemukakan :

"Kinerja keuangan adalah merefleksikan kinerja perusahaan dan akan diukur dengan menggunakan data fundamental perusahaaan yaitu data yang berasal dari laporan keuangan perusahaan."

Sehingga dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Kinerja Keuangan adalah kemampuan kerja manajemen keuangan dalam mencapai prestasi kinerjanya.

2.1.3.3 Analisis Profitabilitas

Menurut S.Munawir dalam bukunya "Analisi Laporan Keuangan" (2004 : 33) mengemukakan bahwa :

" Analisis Profitabilitas adalah merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu ".

Sedangkan menurut M.Hanafi dalam bukunya "Dasar – Dasar Manajemen Keuangan" (2001 : 30) Analisis Rasio Profitabilitas adalah :

"Rasio Profitabilitas, rasio ini mengukur perusahaan menghasilkan keuntungan (profit) pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu".

Analisis ini mengukur kinerja keuangan secara keseluruhan perusahaan dan efisiensi dalam pengelolaan aktiva, kewajiban dan kekayaan. Ada 3 rasio

yang sering dibicarakan, yaitu *Return on Asset* (ROA), *Return on Investment* (ROI) dan *Return on Equity* (ROE).

Perbedaan ROA, ROI dan ROE adalah sebagai berikut :

1) *Return on Asset* (ROA)

ROA adalah dimana rasio ini merupakan perbandingan antara laba bersih (*net profit*) dengan toal aktiva atau aset *(total asset*) dimana persentase rasio ini dinyatakan oleh rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{Net\ profit\ before\ tax}{Total\ Asset} x100\ \%$$

2) *Return on Investment* (ROI)

ROI merupakan rasio perbandingan antara laba bersih (*net profit*) dengan total investasi, dimana persentase rasio ini dinyatakan oleh rumus sebagai berikut :

$$ROI = \frac{Net\ profit\ before\ tax}{Total\ Investasi} x100\ \%$$

3) *Return on Equity* (ROE)

ROE merupakan pengukuran kemampuan suatu perusahaan dengan modal sendiri yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan laba. ROE juga merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang tersedia

bagi pemegang saham, dimana persentase rasio ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$ROI = \frac{Net\ profit\ before\ tax}{Total\ Equity} \text{ x100 \%}$$

2.1.3.4 Pengertian *Return on Asset* (ROA)

Pengertian *Return on Asset* (ROA) menurut M.Hanafi dan Abdul Halim (2004 : 83) adalah :

"Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dipunyai perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya – biaya untuk menandai aset tersebut".

Sedangkan menurut Lukman Syamsudin dalam bukunya "Manajemen Keuangan Perusahaan" (2004 : 63) mengatakan bahwa :

"ROA adalah pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan kekayaan yang tersedia di perusahaan".

Dari pengertian yang telah diuraikan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ROA menunjukan seberapa banyak laba bersih yang bisa dihasilkan dari seluruh pemanfaatan kekayaan yang dimiliki perusahaan, sehingga dipergunakan angka laba dan kekayaan perusahaan.

2.1.3.5 Alasan Menggunakan *Return on Asset* (ROA)

Cara untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan adalah bermacam – macam dan tergantung pada laba dan aktiva atau modal mana yang akan diperbandingkan satu dengan yang lainnya. Apakah yang akan diperbandingkan yaitu laba yang berasal dari operasioanal atau usaha, atau laba neto setelah pajak diperbandingkan dengan keseluruhan aktiva berwujud atau yang akan diperbandingkan itu laba neto sudah pajak dengan modal sendiri.

Dengan adanya bermacam – macam cara penilaian profitabilitas suatu perusahaan, maka tidak mengherankan kalau ada beberapa perusahaan yang berbeda – beda dalam cara menghitung profitabilitasnya. Pokok terpenting adalah profitabilitas mana yang akan dipergunakan sebagai alat mengukur kinerja keuangan dalam perusahaan yang bersangkutan.

Return on Asset (ROA) merupakan salah satu cara menghitung kinerja keuangan perusahaan dengan membandingkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. ROA merefleksikan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh hasil atas sumber daya keuangan yang ditanamkan pada perusahaan.

Sehingga alasan penulis menggunakan ROA untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan karena rasio ROA ini dalam analisis keuangan mempunyai arti yang sangat penting yaitu merupakan salah satu teknik yang bersifat menyeluruh (*comprehensive*). Analisis rasio ROA merupakan teknik analisis yang lazim digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

2.1.4 Hubungan TQM dengan Kinerja Keuangan

Dalam praktiknya TQM sangat berpengaruh terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan. Semakin meningkatnya TQM maka akan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan karena di dalam unsur – unsur TQM diantaranya Fokus pada Pelanggan, obsesi terhadap kualitas, Pendekatan ilmiah, Komitmen jangka panjang, Kerja sama tim, perbaikan sistem secara berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, kebebasan yang terkendali, kesatuan tujuan dan adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan, jika semua unsur itu dilaksanakan secara harmonis maka tujuan perusahaan mendapatkan laba akan tercapai sehingga dapat dilihat bahwa kinerja keuangan perusahaan berjalan dengan baik.

Berhubungan tujuan dari TQM adalah meningkatkan produktifitas dan menurunkan biaya, sehingga harga jual dapat bersaing dan laba akan meningkat. Seperti yang dikutip oleh Fandy Tjiptono & Anastasia Diana (2003:70) yaitu :

> Dalam arti sempit, tujuan TQM adalah untuk perbaikan mutu produk, jasa dan proses, dimana mutu tersebut diperoleh dengan tingkat biaya yang paling ekonomis, yang akan berpengaruh pada produktivitas, kepuasan konsumen, pencapaian laba serta kinerja keuangan perusahaan.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa TQM berpengaruh terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan, dengan semakin baiknya TQM yang diterapkan dalam perusahaan maka akan semakin baik pula kinerja keuangan suatu perusahaan.

Tabel 2.2
Penelitian Sebelumnya

No	Nama	Tahun	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Rachmat Latief	2008	Penerapan TQM terhadap Efektivitas Pendapatan Operasi	Penerapan TQM dapat mencegah kesalahan dan pemborosan, dapat menghasilkan produk dan jasa yang kompetitif.	Menggunakan alat ukur yang sama yaitu TQM sebagai variabel X, dan TQM ini sama juga dapat mencegah kesalahan dan pemborosan.	Peneliti sebelumnya menggunakan Efektivitas Pendapatan Operasi sebagai variabel Y, sedangkan dalam penelitian saya menggunakan Kinerja Keuangan sebagai variabel Y.

2.2 Kerangka Pemikiran

Perkembangan dunia usaha yang begitu pesat menyebabkan persaingan yang begitu kompetitif. Hal ini menuntut perusahaan untuk melakukan usaha yang keras agar produk-produknya atau jasanya dapat diterima dan memiliki nilai lebih bagi penggunanya, yaitu dengan memberikan perhatian pada kualitas produk atau jasanya.

Dalam hal ini dibutuhkan suatu sistem pengendalian mutu yang sesuai dengan permasalahan di atas. Pengendalian mutu juga dikembangkan oleh Amerika Serikat selama pasca perang dunia kedua, kemudian dr. Deming memperkenalkannya ke Jepang sekitar tahun 1950-an. Pada waktu itu semua

produk ”*made in japan*” dianggap tidak bermutu dan tidak laku di pasaran internasional. Tetapi dengan adanya usaha yang keras dan dengan diterapkannya pengendalian mutu, Jepang mampu mengubah pandangan dunia, dan bahkan menjadi contoh negara yang perusahaan-perusahaannya mendapat julukan sebagai industri berteknologi tinggi yang memiliki kualitas produk dan memberikan kepuasaan yang tinggi bagi para pelanggannya.

Total Quality Management (TQM) dapat dipilih sebagai salah satu metode untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) konsumen. Karena TQM adalah suatu sistem manajemen yang berorientasi pada pelanggan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan melalui eliminasi pemborosan, meningkatkan kualitas, pengembangan keterampilan dan mengurangi biaya produksi (Kurnianingsih dan Indriantoro, 2001 : 35).

Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2003:4), mengemukakan bahwa :

> “*Total Quality Management* merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya”.

Selanjutnya menurut Amin Widjaja Tunggal (2001:9), yaitu :

> “*Total Quality Management* merupakan suatu pengelolaan organisasi secara menyeluruh agar organisasi memperoleh keunggulan pada semua dimensi produk dan jasa yang penting bagi pelanggan dan bahwa kualitas mencakup keseluruhan organisasi pada setiap organisasi pada setiap hal yang dilakukan organisasi yang pada akhirnya kualitas akan didefinisikan pelanggan”.

Dari definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa TQM merupakan cara terbaik agar dapat bersaing dan unggul dalam persaingan global yaitu dengan fokus terhadap pelanggan untuk menghasilkan kualitas terbaik agar pelanggan meningkatkan. Untuk menghasilkan kualitas terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan manusia, proses, dan lingkungan.

Berhubungan TQM ini memfokuskan terhadap pelanggan maka dalam penelitian ini TQM pada PT. SIPATEX PUTRI LESTARI diukur menggunakan perspektif pelanggan sehingga apabila pelanggan meningkat maka laba pun meningkat.

Tujuan dari perusahaan adalah untuk mendapatkan laba. PT. SIPATEX PUTRI LESTARI ini menerapkan TQM dalam perusahaannya agar meningkatkan labanya. Dengan penerapan TQM ini, kasus cacatnya kain dapat diminimalisir karena dengan TQM ini proses produksi kain yang dimulai dari pemilihan bahan baku, mesin hingga ke SDM nya akan semakin baik dan berkualitas sehingga dengan begitu kualitas kain semakin meningkat, pelanggan meningkat, biaya produksi rendah, harga jual bersaing, penjualan meningkat dan laba pun meningkat sehingga kinerja keuangan PT. SIPATEX PUTRI LESTARI ini semakin baik.

Kinerja atau prestasi kerja berasal dari pengertian *performance*. Kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan

kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi.

Menurut Hastuti (2005) dan Ayu (2006) kinerja keuangan perusahaan adalah :

> "Hasil banyak keputusan individual yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen. Oleh karena itu untuk menilai kinerja perusahaan perlu melibatkan analisis dampak keuangan kumulatif dan ekonomi dari keputusan dan mempertimbangkannya dengan menggunakan ukuran komparatif."

Sedangkan menurut Sri Sulistyanto dan Haris (2003), mengemukakan :

> "Kinerja keuangan adalah merefleksikan kinerja perusahaan dan akan diukur dengan menggunakan data fundamental perusahaaan yaitu data yang berasal dari laporan keuangan perusahaan."

Sehingga dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Kinerja Keuangan adalah kemampuan kerja manajemen keuangan dalam mencapai prestasi kinerjanya.

Setiap manajer perusahaan pasti menginginkan kinerja keuangan perusahaannya baik, karena kinerja keuangan perusahaan yang dapat dilihat dalam laporan keuangan perusahaan menggambarkan perusahaan tersebut baik atau buruk dalam menjalankan usahanya. Tujuan PT. SIPATEX PUTRI LESTARI menerapkan TQM dalam usahanya adalah untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Banyak cara yang dilakukan dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan, salah satunya yaitu dengan *Return on Asset* (ROA) yaitu mengukur kinerja keuangan dengan membandingkan antara laba bersih dengan total aset yang dimiliki perusahaan.

Menurut kutipan Fandy Tjiptono & Anastasia Diana (2003:70) :

> Tujuan dari TQM adalah untuk perbaikan mutu produk, jasa dan proses, dimana mutu tersebut diperoleh dengan tingkat biaya yang paling ekonomis, yang akan berpengaruh pada produktivitas, kepuasan konsumen, pencapaian laba serta kinerja keuangan perusahaan.

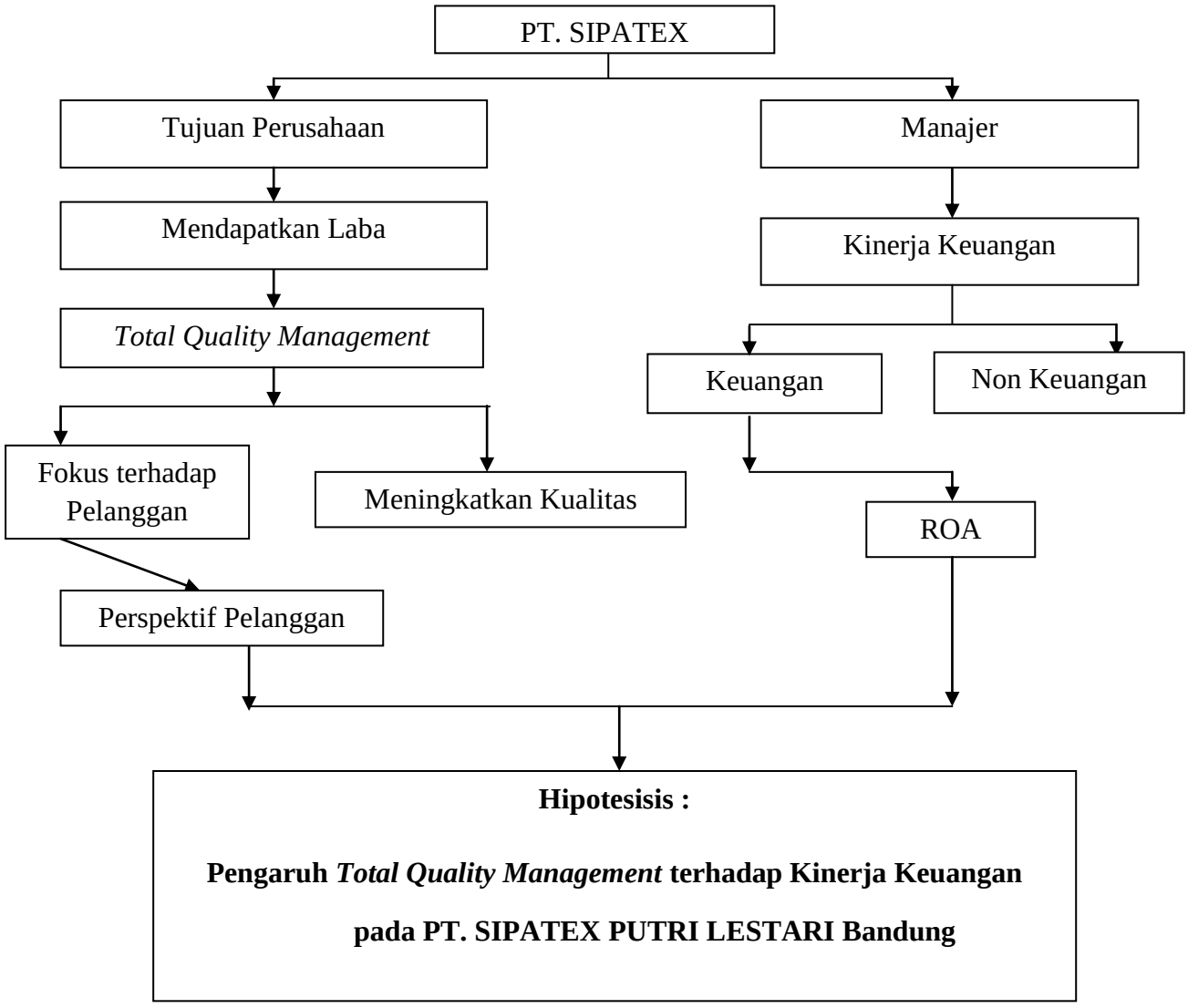
Dengan begitu kesimpulan penjelasan diatas diartikan bahwa dengan diterapkannya TQM maka laba perusahaan akan semakin meningkat sehingga akan mendapatkan kinerja keuangan yang baik pula.

Tabel 2.3
Penelitian Sebelumnya

No	Nama	Tahun	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Murwulan	2009	Pengaruh TQM dan Pengukuran Kinerja terhadap Kinerja Manajerial	Jika TQM dan Pengukuran Kinerja dalam perusahaan baik maka akan semakin baik pula kinerja manajerial di Perusahaan tersebut.	Menggunakan alat ukur yang sama yaitu TQM dalam menilai kinerja perusahaan.	Peneliti sebelumnya menggunakan Kinerja manajerial sebagai variabel Y, sedangkan dalam penelitian saya menggunakan Kinerja Keuangan sebagai variabel Y.

Berdasarkan uraian diatas, maka disusun suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pemikiran



2.3 Hipotesis

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian. Sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan pengujian secara empiris. Maka berdasarkan kerangka pemikiran di atas hipotesis sementara adalah :

"*Total Quality Management* (TQM) berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan pada PT. SIPATEX PUTRI LESTARI Bandung".