

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam era modern sekarang ini, para produsen bersaing secara bebas memperkenalkan produk-produk mereka kepada para konsumen agar mau menggunakan produk-produk yang telah mereka tawarkan. Dalam menawarkan suatu produk, para produsen berupaya meningkatkan mutu produknya sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan konsumen. Kualitas produk yang diterima konsumen merupakan salah satu kekuatan terpenting yang menentukan keberhasilan, perkembangan, dan keberlanjutan suatu perusahaan.<sup>1</sup>

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategik. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk, seperti performansi (*performance*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*ease for use*), estetika (*esthetics*), dan sebagainya.

Bagaimanapun para manajer dari perusahaan yang sedang berkompetisi dalam pasar global harus memberikan perhatian serius pada definisi strategik, yang menyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan, atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customer*).<sup>2</sup>

Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kesempurnaan atau kebaikan sebuah produk.<sup>3</sup> Kualitas adalah suatu usaha yang dilakukan secara serius dengan tujuan agar tercapainya suatu nilai yang mampu memberi kepuasan secara maksimal kepada pemakainya.<sup>4</sup> Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang diinginkan dan dikehendaki pelanggan. Oleh karena itu, produk atau jasa yang dihasilkan harus terjangkau harganya dan kualitasnya

---

<sup>1</sup> Rudi Prihantoro, *Konsep Pengendalian Mutu*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2012, hlm. 1-2.

<sup>2</sup> Vincent Gasperzs, *Total Quality Management*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005, hlm. 4.

<sup>3</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, dan Satisfaction*, Edisi 3, Andi Offset, Yogyakarta, 2016, hlm.164.

<sup>4</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 46.

bagus, sehingga pelanggan puas dan tetap loyal terhadap produk atau jasa yang dihasilkan, tanpa mengurangi nilai *profit* perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka produk atau jasa yang dihasilkan harus selalu dikendalikan sehingga selalu sesuai dengan permintaan pelanggan.<sup>5</sup>

Feigenbaum mengemukakan, ada tiga kecenderungan yang berbeda yang harus dihadapi secara jujur oleh perusahaan dalam pasar masa kini yang kompetitif (bersaing), yaitu:<sup>6</sup>

1. Pembeli telah menaikkan persyaratan kualitasnya dengan sangat tajam.
2. Sebagai akibat naiknya permintaan pelanggan akan produk-produk yang berkualitas lebih tinggi dan teknik masa kini, sekarang, atau segera akan ketinggalan zaman.
3. Biaya kualitas menjadi sangat tinggi. Untuk banyak perusahaan biaya untuk itu dapat menjadi terlalu tinggi jika perusahaan-perusahaan ini harus memelihara dan memperbaiki posisi mereka yang kompetitif untuk jangka waktu yang panjang.

Pengakuan bahwa kegagalan menghasilkan produk berkualitas tinggi menimbulkan biaya tinggi mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas untuk produk dan jasa mereka.<sup>7</sup>

Pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Dilihat dari manajemen operasional, kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk pesaing. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing-mix*), yaitu produk,

---

<sup>5</sup> Rudi Prihantoro, *Op. Cit.*, hlm. 2.

<sup>6</sup> A.V. Feigenbaum, *Kendali Mutu Terpadu, Edisi ketiga, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta, 1989, hlm. 22-23.

<sup>7</sup> Edward J. Blocher, Kung H. Chen dan Thomas W. Lin, *Manajemen Biaya: dengan Tekanan Stratejik, Jilid 1*, Salemba Empat, Jakarta, 2000, hlm. 205.

harga, promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.<sup>8</sup>

Selain itu, menurut Prawirosentono, tiga alasan memproduksi produk berkualitas prima adalah sebagai berikut:<sup>9</sup>

1. Konsumen yang membeli produk berdasarkan mutu, umumnya mempunyai loyalitas produk yang besar dibandingkan dengan konsumen yang membeli berdasarkan orientasi harga.
2. Bersifat kontradiktif dengan cara pikir bisnis tradisional ternyata bahwa memproduksi barang bermutu tidak secara otomatis lebih mahal dengan memproduksi produk bermutu rendah.
3. Menjual barang tidak bermutu, kemungkinan akan banyak menerima keluhan dan pengembalian barang dari konsumen.

Seiring dengan perkembangan dunia usaha yang semakin ketat, maka perusahaan perlu menyusun strategi dalam melaksanakan pengendalian mutu produk atau jasa yang berkualitas untuk memenangi persaingan. Penerapan teknologi yang semakin canggih juga mendorong meningkatnya kualitas suatu produk, hal ini juga tidak terlepas dari pengaruh sumber daya manusia yang andal dan keadaan eksternal perusahaan, misalnya kenaikan harga bahan baku, berkurangnya pesanan produk, mahalnya mesin produksi yang canggih dan rumitnya produk pesanan.<sup>10</sup>

Profitabilitas adalah salah satu faktor utama dalam upaya pencapaian sukses bisnis sebuah korporasi. Keuntungan yang besar ditentukan dari tingkat keberhasilan aktivitas penjualan yang disertai dengan pemanfaatan biaya produksi-operasional yang rendah. Kesuksesan penjualan adalah langkah awal yang banyak ditentukan dari derajat kualitas produk atau jasa yang ditawarkan dengan harga yang rasional. Peningkatan kualitas dan upaya penekanan biaya produksi-operasional adalah masalah penting di keseluruhan proses

---

<sup>8</sup> M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, Cet. 2, Ed. 2, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm. 3.

<sup>9</sup> Suyadi Prawirosentono, *Filosofi Baru tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21: Studi Kasus dan Analisis*, Bumi Aksara, Jakarta, 2002, hlm. 2.

<sup>10</sup> Rudi Prihantoro, *Op. Cit.*, hlm. 3.

industrialisasi, baik di industri manufaktur maupun jasa pelayanan. *Six Sigma* adalah sebuah inisiatif dalam upaya mengembangkan dan meningkatkan nilai-nilai keunggulan korporasi dalam menghadapi tingkat persaingan bisnis global yang sangat intensif.<sup>11</sup>

Peter S.Pande dan Larry Holpp turut mengemukakan bahwa *Six Sigma* adalah sebuah cara pintar untuk mengelola sebuah bisnis atau departemen. *Six Sigma* mengedepankan pelanggan dan menggunakan fakta dan data untuk mendapatkan solusi-solusi yang lebih baik.<sup>12</sup>

UD. Finaldo adalah salah satu perusahaan yang beroperasi di desa Suwaduk, kecamatan Wedarijaksa, kabupaten Pati, yang memproduksi sepatu kulit dan sandal kulit. Berdasarkan dokumentasi awal penelitian oleh Penulis, ditemukan bahwa masih terdapat masalah dalam aspek kualitas produk. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil produksi perusahaan yang masih ditemukan adanya produk cacat yang melebihi batas toleransi perusahaan. Diketahui data jumlah produk cacat di UD. Finaldo dari bulan Oktober hingga Desember mengalami fluktuasi dibuktikan pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1**

Jumlah Produksi, Jumlah Produk Cacat Sepatu Kulit Finaldo  
Periode Oktober-Desember 2016 (dalam Satuan Pasang)<sup>13</sup>

Bulan	Jumlah Hari Kerja	Jumlah Produksi	Jumlah Produk Cacat	Prosentase Produk Cacat
Oktober	26	323	21	6,50%
November	26	326	19	5,82%
Desember	26	330	21	6,36%

Sumber: Data yang diolah, 2017.

<sup>11</sup> Anang Hidayat, *Strategi Six Sigma: Peta Pengembangan Kualitas Bisnis*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002, hlm. 1.

<sup>12</sup> Peter S. Pande dan Larry Holpp, *What is Six Sigma: Berpikir Cepat Six Sigma*, ANDI, Yogyakarta, 2002, hlm. 3.

<sup>13</sup> Dokumentasi UD. Finaldo Pati, yang dikutip pada tanggal 10 Januari 2017.

Berdasarkan tabel 1.1, tingkat kecacatan produk bulan November lebih rendah dibandingkan dengan bulan Oktober dan bulan Desember. Tingginya prosentase produk cacat bulan Oktober seharusnya dapat ditekan, dibuktikan dengan tingkat kecacatan pada bulan November yang relatif lebih rendah yaitu sebesar 5,82%.

Dengan adanya produk cacat yang melebihi batas toleransi pada UD. Finaldo tersebut maka biaya produksi yang dikeluarkan akan lebih banyak. Sehingga hal tersebut menjadikan harga pokok produksi juga semakin tinggi. Dan demikian turut pula mempengaruhi harga jual produk yang semakin tinggi. Sehingga pada akhirnya, produk tersebut akan kalah saing dengan perusahaan pesaing yang memproduksi produk sejenis yang memiliki harga jual yang lebih murah dengan kualitas yang sama atau bahkan lebih baik.

*Six Sigma* Motorola merupakan suatu metode atau teknik pengendalian dan peningkatan kualitas dramatik yang diterapkan oleh perusahaan Motorola sejak tahun 1986, yang merupakan terobosan baru dalam bidang manajemen kualitas. Banyak ahli manajemen kualitas menyatakan bahwa *Six Sigma* Motorola dikembangkan dan diterima secara luas oleh dunia industri, karena manajemen industri frustrasi terhadap sistem-sistem manajemen kualitas, yang tidak mampu melakukan peningkatan kualitas secara dramatik menuju tingkat kegagalan nol (*zero defect*). Banyak sistem manajemen kualitas seperti *Malcolm Baldrige National Quality Award* (MBNQA), ISO 9000, yang hanya menekankan upaya peningkatan terus menerus berdasarkan kesadaran manajemen yang mandiri tanpa memberikan solusi ampuh bagaimana harus melakukan terobosan-terobosan untuk meningkatkan kualitas secara dramatik menuju tingkat kegagalan nol. Prinsip-prinsip pengendalian dan peningkatan kualitas *Six Sigma* Motorola mampu menjawab tantangan ini. Hal ini telah dibuktikan perusahaan Motorola, yang selama kurang lebih sepuluh tahun setelah implementasi konsep *Six Sigma* telah mampu mencapai tingkat kualitas 3,4 DPMO (*Defect per Million Opportunities*).<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Vincent Gaspersz, *Continuous Cost Reduction Through Lean-Sigma Approach*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2006, hlm. 7-8.

Pada tahun 1995, CEO perusahaan ternama General Electric, Jack Welch memutuskan untuk menerapkan *Six Sigma* di GE dan pada tahun 1998 GE mengklaim bahwa *Six Sigma* menghasilkan lebih dari US\$ 750 juta pengurangan biaya dan mempublikasikan pencapaian spektakuler ini secara luas.<sup>15</sup>

Tolok ukur penerapan *Six Sigma* yang paling terkenal adalah General Electric, upaya-upaya yang telah dilakukan mantan CEO Jack Welch, *Six Sigma* menarik perhatian media untuk konsep dan membuat *Six Sigma* menjadi sebuah konsep peningkatan kualitas yang populer.pada pertengahan 1990, kualitas menjadi kekhawatiran banyak karyawan GE. Jack Welch mengundang Larry Bossidy yang pada saat itu CEO Allied Signal yang sudah mengalami sukses luar biasa dengan *Six Sigma* untuk memberi ceramah mengenai konsep *Six Sigma* pada pertemuan CEO.<sup>16</sup>

Di Indonesia, perusahaan-perusahaan besar juga sudah mulai menerapkan metode ini. Contohnya adalah PT. Cedefindo, yang merupakan salah satu perusahaan kontrak manufaktur di bidang kosmetika terbesar di Indonesia yang beroperasi untuk memenuhi kebutuhan produksi Martha Tilaar Group atau eksternal (Tol). PT. Cedefindo memutuskan menggunakan metode ini guna meminimalisir keterlambatan pemesanan dari klien. Terbukti dengan target perbaikan 45 hari, hasil yang dicapai pada tahun 2017 dengan menggunakan metode *Six Sigma* ini pun signifikan. Tercatat pada bulan April 2017, pencapaian dari pemesanan hingga pengiriman rata-rata adalah 40.61 hari atau lebih cepat 4,38 hari dari target 45 hari.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, Cet. 1, Ed. 3, Ghalia Indonesia, Bogor, 2015, hlm. 148.

<sup>16</sup> *Loc. Cit.*

<sup>17</sup> [Http://www.marthatilaargroup.com/id/mtg-corner/knowledge-center/648-lean-six-sigma,-metode-atasi-keterlambatan-pesanan-produk-pt-cedefindo.html](http://www.marthatilaargroup.com/id/mtg-corner/knowledge-center/648-lean-six-sigma,-metode-atasi-keterlambatan-pesanan-produk-pt-cedefindo.html), diakses pada tanggal 20 September 2017.

*Six Sigma* adalah hal yang menarik bagi para eksekutif puncak karena konsep ini berfokus pada kerja yang terukur, penyelesaian masalah berdasarkan fakta dan terukur, serta penyelesaian proyek yang cepat.<sup>18</sup>

Menurut Peter S. Pande dan Larry Holpp, tiga bidang utama yang menjadi target usaha *Six Sigma*, yaitu:<sup>19</sup>

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan,
2. Mengurangi waktu siklus, dan
3. Mengurangi *defect* (cacat).

Dengan demikian, *Six Sigma* adalah suatu proses yang sangat tertib yang membantu organisasi memusatkan perhatian pada pengembangan dan peningkatan mutu produk atau jasa ke tingkat yang nyaris sempurna.<sup>20</sup> *Six sigma* merupakan sebuah inisiatif dalam upaya mengembangkan dan meningkatkan nilai-nilai keunggulan korporasi dalam menghadapi tingkat persaingan bisnis global yang sangat intensif.<sup>21</sup>

Memperhatikan hal tersebut maka metode *Six Sigma* diharapkan dapat dijadikan sebagai solusi dalam menekan adanya produk cacat dalam perusahaan. Dengan implementasi pengendalian kualitas produk dengan menggunakan metode *Six Sigma* pada UD. Finaldo Pati ini diharapkan dapat membawa perusahaan berada pada tingkat produk cacat terendah bahkan hingga proses produksi berjalan menuju kesempurnaan (*zero defect*). Dengan demikian, hal tersebut akan menurunkan biaya produksi sehingga meningkatkan profitabilitas perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dapat bersaing dan menjaga kelangsungan hidupnya dalam persaingan pasar yang semakin hari semakin kompetitif.

Fakta yang ada di lapangan yang menunjukkan bahwa di UD. Finaldo Pati masih mempunyai masalah dalam aspek kualitas produk. Hal tersebut dikarenakan masih ditemukannya produk cacat dari hasil proses produksi.

---

<sup>18</sup> *Loc. Cit.*

<sup>19</sup> Peter S. Pande dan Larry Holpp, *Loc. Cit.*

<sup>20</sup> Murfidin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern: Operasi Manufaktur dan Jasa, Buku 2*, Bumi Aksara, Jakarta, 2014, hlm. 219.

<sup>21</sup> Anang Hidayat, *Loc. Cit.*

Sehingga biaya produksi yang dikeluarkan membengkak dan profitabilitas perusahaan menurun.

Dari paparan teori dan fakta di atas, menunjukkan bahwa terdapat adanya kesenjangan antara apa yang diharapkan dengan apa yang sesungguhnya terjadi. Pengendalian kualitas yang dipandang sebagai upaya perbaikan terus menerus mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses distribusi masih banyak kendala yang mengakibatkan produk masih ada yang cacat atau kurang berkualitas.

Untuk menjawab problematika yang dialami oleh UD. Finaldo Pati tersebut, memotivasi penulis untuk mencoba menggunakan metode *Six Sigma* yang sebelumnya belum dipergunakan oleh UD. Finaldo Pati dalam pengendalian kualitas produknya. Sehingga untuk selanjutnya, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk membuat kebijakan dan tindakan dalam rangka pengendalian kualitas produk yang lebih efektif dan efisien.

## **B. Penegasan Istilah**

Supaya dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pengertian yang terkandung dalam judul, maka penulis akan memberikan batasan dan penjelasan terhadap istilah-istilah dalam judul skripsi tersebut.

### **1. Analisis**

Analisis (*analysis*, dalam bahasa Inggris), merupakan kegiatan berpikir untuk menguraikan secara keseluruhan menjadi komponen-komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam suatu keseluruhan yang padu.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Komaruddin, *Ensiklopedia Manajemen Edisi Kedua*, Bumi Aksara, Jakarta, 1994, hlm. 31.

## 2. Implementasi

Implementasi adalah penerapan atau pelaksanaan.<sup>23</sup> Maksudnya adalah implementasi pengendalian kualitas produk dengan menggunakan metode *Six Sigma* di UD. Finaldo Pati.

## 3. Pengendalian

Pengendalian (*control*, dalam bahasa Inggris), merupakan suatu aktivitas untuk menjamin perencanaan dilaksanakan berdasarkan atas sesuai standar.<sup>24</sup>

## 4. Kualitas

Kualitas (*quality*, dalam bahasa Inggris), merupakan suatu sifat, ciri, derajat, jenis, pangkat, standar, atau penilaian yang membedakan suatu hal dari yang lainnya.<sup>25</sup>

## 5. Produk

Produk (*product*, dalam bahasa Inggris), merupakan hasil barang-barang atau jasa-jasa. Sesuatu yang merupakan hasil atau tujuan terakhir proses produksi. Kadang-kadang disebut juga keluaran atau *output*.<sup>26</sup> Yang dimaksud oleh penulis dalam penelitian ini adalah produk yang dihasilkan oleh UD. Finaldo Pati.

## 6. Metode

Metode (*method*, dalam bahasa Inggris), adalah cara pelaksanaan pekerjaan atau tugas dengan seefisien-efisiennya dengan mempertimbangkan segi-segi seperti tujuan, peralatan, fasilitas, waktu, ruang, biaya yang tersedia.<sup>27</sup>

## 7. *Six Sigma*

*Six Sigma* didefinisikan sebagai suatu metodologi yang menyediakan alat-alat untuk peningkatan proses bisnis dengan tujuan untuk menurunkan variasi proses dan meningkatkan kualitas produk.<sup>28</sup>

---

<sup>23</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1993, hlm. 374.

<sup>24</sup> Komaruddin, *Op. Cit.*, hlm. 163.

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm. 731.

<sup>26</sup> *Ibid.*, hlm. 705.

<sup>27</sup> *Ibid.*, hlm. 568.

### C. Fokus Penelitian

Agar penelitian lebih fokus dan terarah, maka penelitian dibatasi antara lain:

1. Pengendalian kualitas pada penelitian ini menekankan hanya pada kondisi produk yang mengalami cacat.
2. Produksi yang diteliti hanya pada produk utama, yaitu sepatu kulit.
3. Penelitian pengendalian kualitas ini menggunakan metode *Six Sigma* dengan hanya melalui satu fase DMAIC (*Define, Measure, Analyze, Improve, Control*).
4. Biaya kualitas tidak termasuk masalah dalam penelitian karena perusahaan hanya berkeinginan hasil produk akhir sepatu sesuai standar.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana implementasi pengendalian kualitas produk dengan menggunakan metode *Six Sigma* pada UD. Finaldo Pati?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kendala untuk implementasi pengendalian kualitas produk dengan menggunakan metode *Six Sigma* pada UD. Finaldo Pati?
3. Bagaimana solusi untuk mengatasi kendala untuk implementasi pengendalian kualitas produk dengan menggunakan metode *Six Sigma* pada UD. Finaldo Pati?

### E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan penulis dalam penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui implementasi pengendalian kualitas produk dengan menggunakan metode *Six Sigma* pada UD. Finaldo Pati.

---

<sup>28</sup> Vincent Gaspersz, *Continuous Cost Reduction Through Lean-Sigma Approach*, Op. Cit., hlm. 2.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kendala untuk implementasi pengendalian kualitas produk dengan menggunakan metode *Six Sigma* pada UD. Finaldo Pati.
3. Untuk mengetahui solusi untuk mengatasi kendala untuk implementasi pengendalian kualitas produk dengan menggunakan metode *Six Sigma* pada UD. Finaldo Pati.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Kegunaan dari setiap penelitian yang dilakukan pasti dapat memberi manfaat baik bagi objek atau peneliti khususnya dan juga bagi keseluruhan komponen yang terlibat. Manfaat yang dapat diambil dari penulisan skripsi ini adalah:

1. Secara teoritis
  - a. Bagi pengembangan ilmu, penelitian ini merupakan media pembelajaran untuk memecahkan masalah secara ilmiah sekaligus memberikan sumbangan pemikiran berdasarkan disiplin ilmu yang telah diperoleh di bangku perkuliahan.
  - b. Bagi civitas akademika, penelitian ini dapat menambah informasi untuk bahan kajian penelitian selanjutnya.
2. Secara praktis
  - a. Bagi perusahaan terkait, penelitian ini dapat memberikan masukan untuk perencanaan dan perbaikan demi kemajuan perusahaan ke depan.
  - b. Dengan metode *Six Sigma*, perusahaan dapat melakukan pengendalian yang efektif untuk menekan adanya produk cacat.

#### **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

## 1. Bagian Muka

Berisi halaman judul, nota persetujuan pembimbing, nota pengesahan skripsi, halaman pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

## 2. Bagian Isi

Pada bagian isi terdapat lima bab yang saling terkait. Kelima bab tersebut, adalah sebagai berikut:

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berupa pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

### BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari deskripsi teori, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir. Pada deskripsi teori terdiri dari pengertian pengendalian, pengertian kualitas, pengertian pengendalian kualitas, faktor-faktor mendasar yang mempengaruhi kualitas, pengukuran performansi kualitas, dimensi kualitas, perspektif kualitas, pengaruh kualitas, dan *Six Sigma*.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan teknik analisis data.

### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, yaitu tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data, dan implikasi penelitian.

### BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi simpulan, saran, dan penutup.

### 3. Bagian akhir

Pada bagian akhir, berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-lampiran.

Demikian sistematika penulisan skripsi yang penulis ajukan dengan harapan dapat terhindar dari kemungkinan terjadinya kesalahan dalam penyusunan sub bab yang tertera dalam skripsi ini.

