

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman era globalisasi ini, persaingan perekonomian antar negara semakin ketat. Ekonomi negara-negara di seluruh dunia semakin terbuka dan pasar semakin berfungsi. Hubungan ekonomi antar negara di dunia semakin tergantung satu dengan yang lainnya, sehingga batas ekonomi antar negara semakin kabur. Persaingan ekonomi antar negara akan semakin ketat. Berfungsinya pasar menuntut kejujuran para pelaku ekonomi di pasar. Para produsen yang memasuki pasar dengan produk dan jasa mereka diuji oleh mekanisme pasar mengenai *Information content* ke dalam produk dan jasa yang mereka tawarkan di pasar.

Berbagai produk lokal yang tersedia di pasar seharusnya mampu ditopang bangsa Indonesia untuk diunggulkan melalui MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN). Selama ini banyak masyarakat Indonesia merasa bangga apabila memproduksi hasil bangsa lain. Padahal, Indonesia memiliki produk lokal yang sangat beragam (diakses dari www.koran-sindo.com pada tanggal 6 Maret 2015). Kementerian Perindustrian menilai secara kualitas produk Indonesia sebenarnya mampu bersaing dengan negara lain, tetapi *brand image* atau *citra merk* yang masih lemah harus terus ditingkatkan.

Pihak manajemen harus selalu menerapkan proses *quality control* yang ketat untuk menjaga kualitas produk agar tetap prima. Proses *quality control* dilakukan dalam beberapa tahap, mulai dari kualitas bahan mentah, proses produksi, sampai dengan produk jadi. Produk yang memiliki kualitas tinggi dan lulus uji kualitas yang dapat ditawarkan pada konsumen. Hal ini ditujukan agar konsumen merasa puas,

sehingga manajemen perusahaan mendapatkan *feedback* yang optimal (diakses dari www.usgboral.com pada tanggal 15 September 2015).

Permasalahan kualitas mengarah pada strategi perusahaan, agar perusahaan memiliki daya saing dan tetap bertahan pada persaingan global (La Hatani, 2007). Untuk menghasilkan kualitas yang terbaik, diperlukan *continuous improvement*. Sehingga perusahaan tidak hanya mengalokasikan biaya kualitas dalam satu periode saja, melainkan secara berkala dan terus melakukan evaluasi biaya kualitas yang dilakukan perusahaan dalam periode tersebut. Dari hasil evaluasi tersebut perusahaan akan mengetahui langkah yang akan dilakukan di periode selanjutnya, apakah tetap melanjutkan sistem perbaikan kualitas tersebut atau merubah sistemnya.

Semakin meningkatnya kualitas produk maka akan semakin memperluas daerah pemasaran dan perusahaan dapat menjadi lebih bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain dengan cara meningkatkan produktifitas dan memperbaiki kualitas. Memperbaiki kualitas secara terus menerus merupakan sesuatu yang penting dalam membangun masa depan bisnis yang berkelanjutan. Pertanyaannya adalah bagaimana kualitas ini dapat diukur sehingga dapat digunakan sebagai alat perencanaan, pengendalian, atau bahkan pengambilan keputusan atas kualitas dari suatu produk yang dihasilkan. Pengukuran kualitas melalui biaya kualitas dapat dilakukan karena kualitas tidak hanya dapat ditentukan oleh gambaran visual bentuk fisik saja, tetapi juga dapat dilihat dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk yang berkualitas tersebut.

Biaya kualitas (*cost of quality*) merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas suatu produk atau jasa. Biaya kualitas terdiri atas biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan

internal, dan biaya kegagalan eksternal. Dengan semakin baiknya kualitas yang dihasilkan, secara tidak langsung dapat meningkatkan pangsa pasar dan pendapatan perusahaan. Peningkatan pendapatan sebagai nilai penjualan dan efisiensi biaya yang perlu dikeluarkan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan (William K. Charter, 2009).

Tandiontong dkk (2010) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Biaya Kualitas terhadap tingkat Profitabilitas perusahaan pada The Majesty Hotel and Apartment, Bandung”. Metode penelitiannya adalah deskriptif. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan dan diketahui bahwa penerapan biaya kualitas pada The Majesty sudah memadai karena perusahaan terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk maupun jasa perusahaan.

Biaya kualitas adalah biaya yang mengacu pada biaya-biaya yang terjadi untuk mencegah atau biaya-biaya yang timbul sebagai hasil dari memproduksi suatu produk yang berkualitas. Perbaikan kualitas produk sangat penting, sehingga produk dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi, akan tetapi konsumen lebih menginginkan produk yang murah tetapi berkualitas. Hal ini dapat membuat konsumen mencari perusahaan lain yang menjual produk dengan harga yang murah dengan kualitas yang baik. Biaya kualitas akan semakin meningkat jumlahnya jika pihak manajemen tidak memberikan perhatian yang khusus dalam masalah kualitas. Peningkatan kualitas secara berkesinambungan diharapkan dapat mengurangi biaya karena terjadi pemborosan akibat rendahnya kualitas, pengerjaan ulang suatu produk

karena ketidaksesuaian dengan standar dan biaya lain-lain, sehingga akan dapat meningkatkan keuntungan dari penjualan dan mengurangi biaya.

Masalah yang dibahas adalah pengaruh biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas Perusahaan "X". Adapun elemen-elemen biaya kualitas dapat dikelompokkan lagi ke dalam empat bagian, yaitu: kelompok biaya pencegahan, kelompok biaya penilaian, kelompok biaya kegagalan internal, kelompok biaya kegagalan eksternal, hal inilah yang akan menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Biaya Kualitas terhadap tingkat keuntungan Perusahaan (Studi Kasus Pada PT X)."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

- a. Apakah realisasi biaya kualitas kategori pencegahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan?
- b. Apakah realisasi biaya kualitas kategori penilaian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan?
- c. Apakah realisasi biaya kualitas kategori kegagalan internal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan?
- d. Apakah realisasi biaya kualitas kategori kegagalan eksternal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas kategori pencegahan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas kategori penilaian terhadap tingkat profitabilitas perusahaan
- c. Untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas kategori kegagalan internal terhadap tingkat profitabilitas perusahaan.
- d. Untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas kategori kegagalan eksternal terhadap tingkat profitabilitas perusahaan.

Sedangkan maksud di lakukan penelitian ini adalah untuk mempelajari dan menganalisa efek dari biaya kualitas yang dialokasikan khusus dalam anggaran perusahaan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan penulisan skripsi ini adalah :

1. Bagi Akademisi

Sebagai masukan dan bahan referensi dalam penelitian selanjutnya serta memunculkan ide dan konsep baru dalam penelitian selanjutnya yang sejenis ini, sehingga menghasilkan penelitian yang jauh lebih baik lagi.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan dapat menjadi pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan untuk mengendalikan biaya

kualitas dan kualitas hasil produksinya. Serta dapat memberikan informasi yang berguna untuk memperkaya referensi yang telah ada.

