

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ini tentunya membawa pengaruh terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia. Persaingan usaha yang semakin ketat juga tidak dapat dihindari lagi, baik dalam sektor industri jasa maupun perdagangan. Persaingan ini juga sangat ketat baik antara perusahaan dalam negeri maupun luar negeri untuk memperebutkan pangsa pasar produknya. Oleh karena itu perusahaan harus dapat bersaing dalam pangsa pasar yang semakin ketat.

Menurut Mesriani Haloho (2006), salah satu cara agar konsumen tidak beralih ke produk perusahaan pesaing adalah produk perusahaan harus memiliki keunggulan dari segi kualitas, harga, dan hal yang membedakan produk perusahaan dengan produk lainnya. Peningkatan kualitas merupakan suatu hal yang penting bagi suatu perusahaan untuk tetap berkembang dalam dunia bisnis yang kompetitif ini. Suatu produk yang berkualitas tidak hanya merupakan produk dengan mutu yang baik tetapi juga harus memenuhi kriteria kepuasan konsumen.

Menurut Dwiningsih (2006:18), ada tiga alasan kualitas merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan, pertama, reputasi perusahaan. Kualitas akan muncul sebagai persepsi tentang produk baru perusahaan, kebiasaan pekerjanya, dan hubungan pemasoknya. Kedua, kehandalan produk, pengadilan terus berusaha menghukum organisasi-organisasi yang merancang, memproduksi, atau mengedarkan produk atau jasa yang penggunaannya mengakibatkan kerusakan atau kecelakaan. Contohnya: *Consumer Product Safety Act*. Ketiga, ketelibatan global. Kualitas adalah suatu perhatian internasional. Produk-produk perusahaan yang akan bersaing di pasar internasional harus memenuhi ekspektasi akan kualitas, desain, dan harganya secara global.

Oleh karena itu, peningkatan kualitas merupakan suatu hal yang paling esensial bagi suatu perusahaan untuk tetap eksis dalam dunia bisnis yang kompetitif ini. Kini sudah tidak zamannya lagi perusahaan hanya mementingkan volume penjualan yang besar untuk mencapai keuntungan yang maksimal, tetapi lebih berorientasi pada aspek kepuasan konsumen. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen yang membeli produknya, maka secara otomatis perusahaan akan mencapai keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, dikembangkan berbagai cara dan teknik untuk mengidentifikasi besarnya biaya kualitas (kerugian yang muncul akibat barang yang dihasilkan menyimpang dari standar) suatu perusahaan. (Monika Kussetya

Ciptani, Pengukuran Biaya Kualitas : Suatu Paradigma Alternatif, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol.1, No.1, Mei , www.google.com)

Anton Tirta Komara, Djajun Djuhara, dan Lina Sonia melakukan penelitian terhadap PT PINDAD (Persero) di Divisi Tempa dan Cor. Penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh biaya kualitas terhadap laba bersih di PT PINDAD (Persero). Hasil dari penelitiannya adalah adanya pengaruh biaya kualitas sebesar 78%, artinya laba bersih perusahaan dipengaruhi oleh biaya kualitas sebesar 78%, dan sisanya 22% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian dapat diketahui bahwa biaya kualitas berperan terhadap peningkatan profitabilitas.

Sebagai subyek penelitian, dipilih suatu perusahaan yaitu PT X yang bergerak dalam bidang perindustrian, perdagangan, dan perbengkelan. Pada saat ini PT X memproduksi *boiler*, *open top roller*, *tanki*, serta menerima jasa perbaikan/ pemeliharaan atas mesin-mesin yang pernah diproduksi. PT X saat ini belum menerapkan biaya kualitas. Dalam rangka memperluas pangsa pasarnya, PT X berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya agar memenuhi standar kualitas yang ditetapkan perusahaan sekaligus menghasilkan produk dengan biaya serendah mungkin tanpa mengurangi kualitas produk itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: **“Peranan Biaya Kualitas dalam Meningkatkan Profitabilitas (Studi kasus pada PT X Bandung).”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam menghasilkan produk yang berkualitas, tentunya perusahaan perlu melaksanakan program pengendalian kualitas. Biaya kualitas dikategorikan ke dalam 4 jenis, yaitu biaya pencegahan (*prevention costs*), biaya penilaian (*appraisal costs*), biaya kegagalan internal (*internal failure costs*) dan biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*). Jika perusahaan ingin membuat struktur laporan biaya kualitas, hal yang perlu dilakukan adalah mengidentifikasi terlebih dahulu biaya-biaya yang dikeluarkan ke dalam kategori biaya kualitas.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengklasifikasikan biaya kualitas ke dalam kategori biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal, serta menyusunnya ke dalam struktur laporan biaya kualitas?

2. Bagaimana peranan analisis biaya kualitas dalam meningkatkan profitabilitas PT X?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Untuk dapat mengklasifikasikan biaya kualitas ke dalam kategori biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal, serta menyusunnya ke dalam struktur laporan biaya kualitas.
2. Untuk mengetahui peranan analisis biaya kualitas dalam meningkatkan profitabilitas pada PT X.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan:

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan, alternatif, dan informasi bagi perusahaan dalam menyusun program-program dan kebijakan utama yang berkaitan dengan kualitas produk yang dihasilkan agar di masa yang akan datang dapat membuat keputusan yang tepat.

2. Bagi Penulis:

Diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai biaya kualitas serta perannya dalam meningkatkan profitabilitas.

3. Bagi Mahasiswa lain:

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa yang lain, baik sekedar untuk menambah wawasan maupun dalam melakukan penelitian sejenis.