

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini kualitas telah menjadi dimensi kompetitif yang penting bagi perusahaan manufaktur maupun jasa. Ukuran yang esensial untuk suatu produk yang dikatakan berkualitas adalah jika suatu produk dengan *performance* yang baik dan harus memenuhi kriteria kepuasan konsumen. Secara fundamental Vincent Gaspersz (2008:4) mendefinisikan bahwa, “Kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs customers*).” Oleh karenanya dalam menghadapi persaingan global dunia bisnis mencakup kemampuan suatu perusahaan:

- (1) untuk mengerti apa yang diinginkan konsumen dan berusaha untuk memenuhinya pada tingkat biaya yang paling rendah.
- (2) menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen dengan kualitas yang tinggi dan reliabilitas yang konsisten.
- (3) senantiasa mengikuti perkembangan teknologi, politik dan sosial yang terjadi di lingkungan perusahaan.
- (4) dapat memprediksi apa yang diinginkan konsumen bahkan sampai dekade sepuluh tahun mendatang

Perusahaan yang mampu memenuhi kriteria-kriteria di atas akan dapat mempertahankan pasarnya dan meningkatkan profitabilitasnya.

Menurut suatu artikel menuliskan bahwa persaingan antara merek dan produk ternama telah menjadi hal yang biasa dalam dunia bisnis masa kini. Lihat saja perang antara dua perusahaan minuman bersoda Coca-Cola dan Pepsi yang telah berlangsung lebih dari seratus tahun dan nyaris tak ada habisnya (www.liputan6.com, 09/06/2014). Dari artikel tersebut bisa dilihat bahwa perusahaan besar sekalipun terus mengalami persaingan dan kompetisi yang senantiasa terjadi selama perusahaan itu berdiri. Memperbaiki kualitas secara terus-menerus merupakan suatu yang penting dalam membangun masa depan bisnis yang berkelanjutan. Perusahaan dalam usahanya agar dapat mempertahankan aktivitas operasi dan manajemen yang baik, maka harus terus melakukan perbaikan dari periode ke periode.

Menurut DetikNews (05/01/2005), kasus gugatan warga Jepang terhadap PT. Coca-cola Indonesia dikarenakan minuman Coca-Cola (tergugat) terbukti telah mengkhianati kepercayaan yang telah diberikan oleh masyarakat, selain itu menurut Tempo.co (01/05/2012), PT.Coca-Cola di China menghentikan produksinya dikarenakan tercemar bahan kimia berbahaya dimana air yang mengandung klorin untuk keperluan pembersihan mesin dan botol mengalir pada instalasi produksi minuman secara tak sengaja. Hal ini membuat perusahaan untuk tidak dapat memilih alternatif lain selain memperbaiki kembali produk untuk menghasilkan produk yang baik dan tetap mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan yaitu dengan menjaga kualitas. Menurut Ramadhan (2012), perbaikan itu diantaranya kualitas produk, inovasi, ketepatan waktu saat produksi, dan memangkas

biaya yang tidak perlu terjadi. Kualitas menjadi penting karena ada tingkat yang relatif sama seorang konsumen akan memilih produk dengan kualitas yang dianggap lebih baik.

Dengan melihat fenomena tersebut maka penulis melihat suatu badan usaha untuk dapat tetap *exist* dan *survive* didunia bisnis yang semakin ketat ini, maka haruslah memiliki suatu keunggulan dan kelebihan yang tidak dimiliki oleh para pesaing lainnya yakni tetap menjaga kualitas dari produk yang akan dihasilkan ke konsumen. Banyak perusahaan terus-menerus memperbaharui kualitasnya agar menjadi *leader* dalam bidangnya. Berbagai usaha dilakukan perusahaan untuk mendapat kepercayaan dan menjadi *brand* tersendiri bagi masyarakat. Walaupun kualitas merupakan salah satu faktor yang penting bagi perusahaan dalam menghasilkan produknya, perusahaan pun harus memperhitungkan *benefit* dan *cost* dalam usaha pencapaian menjadi barang berkualitas no. 1 di bidangnya.

Menurut Riefa (2010) pada bisnis, kualitas akan memberi dampak positif melalui dua cara, yaitu dampak terhadap biaya produksi dan pendapatan. Biaya produksi dapat berkurang karena kualitas mengidentifikasi adanya pemborosan yang terjadi dalam produksi dan berupaya untuk mengurangi inefisiensi tersebut, sehingga akan dapat meningkatkan keuntungan dari penjualan dan diharapkan dapat menghasilkan laba. Selain itu pendapatan akan meningkat karena kualitas juga menekankan pada upaya meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat mencegah terjadinya penurunan pada pangsa pasar.

Dengan adanya peningkatan kualitas akan menyebabkan terjadinya penurunan biaya (*cost*). Sehingga perusahaan dapat menekan biaya kualitas (*cost of*

quality) dan meningkatkan produktivitas (*productivity*) kinerjanya. Jadi dengan diterapkannya biaya kualitas, perusahaan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan persyaratan pelanggan dan bisa melakukan efektivitas dan efisiensi di seluruh operasi sehingga harga produk yang dihasilkan lebih kompetitif. Dampak dari semua itu adalah meningkatnya kepercayaan pelanggan, meningkatnya citra perusahaan yang semakin diakui dalam jaminan kualitas produk-nya, serta meningkatnya tingkat pendapatan perusahaan karena penjualan yang terus meningkat.

Plastik Super Platin Kawalu Tasikmalaya adalah perusahaan plastik yang terintegrasi sepenuhnya. Perusahaan ini didirikan sekitar bulan November 1982. Perusahaan ini asal mulanya hanya sebuah toko kelontongan kebutuhan sehari-hari dengan ditambah jualan berbagai macam ukuran plastik jadi buatan orang lain. Perkembangan usaha toko tersebut memotivasi Bapak Ho Sze For yang memiliki pengetahuan bidang listrik dan elektronik untuk mencoba berkonsentrasi dalam bidang usaha plastik.

Pada awal kegiatan operasinya, toko super plastin memproduksi sebagian kantong plastiknya sendiri dari barang setengah jadi (rol) buatan orang lain. Sesuai perkembangannya, berkat kegigihan usaha Bapak Ho Sze Foe bersama anak-anaknya ternyata plastik tersebut menjadi komoditi yang sangat dibutuhkan oleh konsumen.

Pada saat ini, pabrik super plastin menjadi produsen kantong plastik merk Dollar. Perusahaan ini menguasai hampir seluruhnya pemasaran priangan timur. Keunggulan perusahaan ini adalah kemampuannya bertahan pada masa krisis ekonomi pada beberapa tahun terakhir, semuanya disebabkan oleh pengelolaan perusahaan yang semakin baik. Dalam memproduksi, perusahaan sangat

memperhatikan kualitasnya karena produk yang baru dipasarkan ke masyarakat ini akan sangat sensitif terhadap reaksi dan *demand* dari masyarakat. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk membahas mengenai biaya kualitas lebih lanjut.

Adapun judul dari penulisan skripsi ini adalah “**Analisa Biaya Kualitas Sebagai Sarana Evaluasi Dalam Upaya Meningkatkan Profitabilitas** (Studi Kasus pada PT. Super Platin, Tasikmalaya)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengidentifikasikan beberapa masalah pokok yang akan mendasari penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana mengklasifikasikan biaya kualitas ke dalam kategori biaya pencegahan (*prevention costs*), biaya penilaian (*appraisal costs*), biaya kegagalan internal (*internal failure costs*), dan biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*), serta menyusunnya ke dalam struktur laporan biaya kualitas.
2. Bagaimana peningkatan biaya kualitas dan profitabilitas dari tahun ke tahun.
3. Apakah terdapat pengaruh antara Biaya Kualitas terhadap profitabilitasnya.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk dapat mengklasifikasikan biaya kualitas ke dalam kategori biaya pencegahan (*prevention costs*), biaya penilaian (*appraisal costs*), biaya ke-

gagalan internal (*internal failure costs*), dan biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*), serta menyusunnya ke dalam struktur laporan biaya kualitas.

2. Untuk menganalisis peningkatan biaya kualitas dan profitabilitas dari tahun ke tahun.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara Biaya Kualitas terhadap profitabilitasnya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

- **Bagi akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan sebagai bahan referensi untuk mereka yang ingin melakukan penelitian mengenai analisis biaya kualitas, khususnya untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi biaya kualitas.

- **Bagi perusahaan (operasional)**

Memberikan masukan dalam mengambil kebijakan serta membantu dalam menentukan strategi yang tepat pada masa yang akan datang sehubungan dengan penerapan biaya kualitas.

- **Bagi peneliti selanjutnya**

Untuk menambah pengetahuan serta wawasan peneliti selanjutnya dalam penerapan teori-teori Akuntansi Manajemen yang telah dipelajari selama kuliah, khususnya tentang analisis biaya kualitas.