

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Di era industrialisasi ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat sehingga menuntut perusahaan di berbagai kalangan industri terutama dari dalam negeri untuk lebih memperhatikan standar kualitas produk yang dihasilkannya agar dapat bersaing di pasar internasional. Menurut Horngren et al. (2008:226) mendefinisikan kualitas sebagai ciri dan karakteristik total dari suatu produk atau jasa yang dibuat atau dilakukan menurut spesifikasinya untuk memuaskan pelanggan pada saat membeli dan selama menggunakannya.

Semakin meningkatnya persaingan dalam dunia usaha, maka semakin banyak perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk yang lebih baik lagi. Keberhasilan suatu perusahaan tidak dapat dicapai begitu saja tanpa adanya usaha yang maksimal dari perusahaan yang bersangkutan. Kualitas daripada produk yang dihasilkan di pasar domestik sekarang ini kurang mendapat perhatian karena para pelaku bisnis lebih fokus pada target penjualan dan memaksimalkan laba dibandingkan kualitas produk itu sendiri,

Agar dapat mempertahankan posisi perusahaan di pangsa pasar, maka perusahaan harus terus melakukan perbaikan dari periode ke periode. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas produk. Dengan meningkatkan kualitas produk, perusahaan dapat tetap berjalan dari waktu ke waktu. Karena, dengan meningkatnya kualitas suatu produk maka produksi tersebut sudah menjadi lebih baik dan dapat memenuhi keinginan pangsa pasar serta dapat memperbaiki posisi perusahaan tersebut. Meningkatnya kualitas secara terus menerus merupakan sesuatu yang penting dalam membangun masa depan bisnis yang berkelanjutan.

BAB I PENDAHULUAN

Menurut Hansen dan Mowen (2005:7) biaya kualitas adalah biaya-biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang buruk kualitasnya. Jadi biaya kualitas adalah biaya yang berhubungan dengan penciptaan, pengidentifikasian, perbaikan dan pencegahan kerusakan. Biaya kualitas merupakan indikator pengukur keberhasilan program perbaikan kualitas, dengan adanya biaya kualitas diharapkan perusahaan dapat mengimbangi antara biaya produksi yang harus dikeluarkan dengan kuantitas yang dihasilkan.

Pengukuran suatu kualitas dapat dilakukan melalui biaya kualitas 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 adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas produk atau mencapai standar yang telah ditetapkan. Biaya kualitas perlu dikelola sedemikian rupa untuk mencapai suatu tingkat kualitas agar produk yang dibuat atau jasa yang diserahkan sesuai dengan spesifikasi rancangan dan bebas dari cacat atau masalah yang akan mempengaruhi penampilan atau kinerja yang diukur dengan kesesuaiannya terhadap keinginan pelanggan.

Sementara itu biaya kualitas sendiri dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian yaitu pengendalian yang terdiri dari biaya pencegahan (*prevention cost*) dan biaya penilaian (*appraisal cost*) serta biaya kegagalan yang terdiri dari biaya kegagalan internal (*internal failure cost*) dan biaya kegagalan eksternal (*eksternal failure cost*). Dengan adanya biaya kualitas maka perusahaan berharap dapat meningkatkan kualitas secara berkesinambungan dan dapat mengurangi biaya-biaya akibat rendahnya kualitas, pengerjaan ulang suatu produk karena ketidaksesuaian dengan standar dan biaya lain-lain, sehingga akan dapat meningkatkan keuntungan dari penjualan.

Penjualan merupakan salah satu indikator paling penting dalam sebuah perusahaan, karena penjualanlah yang dapat menghasilkan laba untuk sebuah perusahaan. Bila tingkat

BAB I PENDAHULUAN

penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut besar, maka laba yang dihasilkan perusahaan itu pun akan besar pula sehingga perusahaan bertahan dalam persaingan bisnis dan dapat mengembangkan usahanya. Mereka harus dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, karena hal ini sangat diperlukan di dalam menghadapi persaingan usaha untuk itu perusahaan harus dapat menciptakan produk yang berkualitas tinggi. Oleh sebab itu manajemen bertanggung jawab untuk menjaga, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar lebih mampu menyehatkan masyarakat dan mampu bersaing di pasar.

Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan. Sedangkan penjualan bersih atau penjualan netto (*net sales*) adalah total pendapatan penjualan dikurangi faktor-faktor pengurang seperti retur, komisi dan diskon.

PT. Binausaha Cipta Prima merupakan sebuah perusahaan manufaktur tekstil yang berlokasi di Cimahi. Dalam memproduksi kain PT. Binausaha Cipta Prima selalu mengikuti perkembangan mode maka permintaan terhadap produknya selalu meningkat. Pada dasarnya biaya kualitas digunakan untuk meningkatkan kualitas setiap produk yang dihasilkan, namun pasti ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas tidak selalu sesuai yang diharapkan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin melakukan penelitian tentang bagaimana biaya kualitas bisa berpengaruh terhadap penjualan bersih suatu produk. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Tingkat Penjualan pada PT. Binausaha Cipta Prima”**.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Rumusan Masalah

Penulis akan mengangkat dan membatasi lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah PT. Bina Usaha Cipta Prima menjalankan penghitungan biaya kualitas dalam menjalankan usahanya
2. Unsur-unsur biaya kualitas apa sajakah yang berpengaruh terhadap penjualan produk pada PT. Bina Usaha Cipta Prima
3. Seberapa besar pengaruh dari masing-masing biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal di dalam PT. Bina Usaha Cipta Prima

1.2. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui apakah PT. Bina Usaha Cipta Prima menjalankan penghitungan biaya kualitas dalam menjalankan usahanya
2. Untuk mengetahui unsur-unsur biaya kualitas apa saja yang berpengaruh terhadap penjualan produk pada PT. Bina Usaha Cipta Prima
3. Untuk mengetahui besarnya dari masing-masing pengaruh biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal di dalam PT. Bina Usaha Cipta Prima

1.3. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian diantaranya

1. Secara Praktis
 - a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan informasi berkaitan dengan biaya kualitas yang dapat digunakan dalam menetapkan kebijakan-kebijakan di masa yang akan datang terhadap penjualan yang dilakukan perusahaan secara operasional.

BAB I PENDAHULUAN

2. Secara Akademis

a. Bagi Penulis

Menambah ilmu dan wawasan mengenai akuntansi biaya yaitu dengan memahami lebih dalam bagaimana biaya kualitas dapat mempengaruhi suatu penjualan bersih. Penelitian ini juga dapat menambah pengetahuan serta mengaplikasikan teori-teori yang sudah dipelajari selama kuliah agar dapat melakukan riset ilmiah dan menyajikannya dalam bentuk tulisan dengan baik.

b. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan acuan untuk kalangan akademis yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut berkaitan dengan biaya kualitas dan pengaruhnya terhadap penjualan bersih sekaligus supaya penyempurnaan penelitian yang dilakukan penulis saat ini.

c. Bagi Universitas Kristen Maranatha

Dapat digunakan untuk menambah wawasan pengetahuan terapan dan juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi atau pembanding yang dapat membantu dalam penelitian selanjutnya.