

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Penelitian

Memasuki tahun 2007 bagi Indonesia daya saing telah dan akan terus menjadi topik diskusi yang menarik di kalangan ekonom, pelaku bisnis, dan politisi. Boleh dikata “peningkatan daya saing” telah menjadi kata kunci yang sering didengarkan dalam setiap seminar, temu usaha, maupun pidato para pejabat. Ia menjadi obsesi semua orang. Ironisnya, konsepsi mengenai daya saing sering kali kabur dan disalahartikan. Banyak yang mengartikan bahwa daya saing negara sama dengan daya saing produk maupun daya saing perusahaan. Daya saing negara Indonesia makin merosot dari tahun ke tahun dan berada dalam peringkat papan bawah dari sampel negara yang diteliti setiap tahun. Begitu dilaporkan oleh *World Competitiveness Report* dan *Global Competitiveness Report* dalam laporan tahunannya selama 7 tahun terakhir (IMD, 2007; *World Economic Forum*, 2006). Padahal suatu perusahaan yang menghasilkan produk yang memiliki daya saing belum tentu memiliki daya saing untuk semua produk yang dihasilkannya. Demikian juga bila sejumlah perusahaan di suatu negara memiliki daya saing yang tinggi, belum tentu seluruh perusahaan di negara tersebut memiliki daya saing yang tinggi.

Oleh karena itu, beberapa ekonom menentang konsep yang mengatakan bahwa negara bersaing di pasar global persis sama dengan yang dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Paul Krugman bahwa :

“Daya saing suatu negara tidak identik dengan daya saing perusahaan/produk. Ia pernah memperingatkan, jargon “peningkatan daya saing” merupakan obsesi yang berbahaya (Krugman, 2004).”

Jadi dengan adanya daya saing maka menurut Paul Krugman terdapat 2 alasan, yaitu:

- “1. Dalam realitas, yang bersaing bukan negara, tetapi perusahaan dan industri. Kebanyakan orang menganalogkan daya saing negara identik dengan daya saing perusahaan. Bila negara Indonesia memiliki daya saing, belum tentu seluruh perusahaan dan industri Indonesia memiliki daya saing di pasar domestik maupun internasional.
2. Mendefinisikan daya saing negara lebih problematik daripada daya saing perusahaan. Bila suatu perusahaan tidak dapat membayar gaji karyawannya, membayar pasokan bahan baku dari para pemasok, dan membagi deviden, maka perusahaan itu akan bangkrut dan terpaksa keluar dari bisnis yang digelutinya.”

Perusahaan memang bisa bangkrut, namun negara tidak memiliki *bottom line* alias tidak akan pernah “keluar dari arena persaingan”. Suka atau tidak suka dengan kinerjanya, negara tidak bisa begitu saja keluar dari bisnis. Tidak seperti perusahaan, persaingan antar negara bukan merupakan *zero sum game*. Negara bersaing di pasar internasional tidak hanya sebagai pesaing, yang hanya untung di atas pengorbanan negara lain. Sebaliknya, ada interdependensi antar negara: sebagai pasar ekspor atau sebagai pemasok barang-barang impor. Oleh karena itu, bahwa negara-negara utama di dunia tidak dalam tingkat persaingan yang signifikan satu sama lain. Dengan kata lain, dalam konteks bisnis, persaingan antar produk atau perusahaanlah yang lebih menonjol.

Dalam perdagangan internasional, keunggulan komparatif suatu produk dapat dilihat dari nilai RCA (*Revealed Comparative Advantage*). Konsep RCA pertama kali diperkenalkan oleh Bela Balassa pada tahun 1965. Sejak itu banyak laporan penelitian dan studi empiris menggunakan RCA sebagai indikator keunggulan komparatif suatu produk dan dipergunakan sebagai acuan spesialisasi perdagangan internasional. Konsep RCA yang dipelopori oleh Balassa memang ditujukan untuk mengukur keunggulan relatif suatu produk (Balassa, 1965).

Bagaimana daya saing industri Indonesia di pasar global? Dilihat dari indeks RCA (*Revealed Comparative Advantage*), ternyata tidak berubah. Indeks RCA menunjukkan perbandingan antara pangsa ekspor komoditas atau sekelompok komoditas suatu negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut di dunia. Sejak 1982 keunggulan komparatif Indonesia meningkat pesat dengan pertumbuhan rata-rata 19% per tahun hingga tahun 1994. Tidak berubahnya RCA Indonesia selama 1965-1982 besar kemungkinan karena ekspor kita masih didominasi oleh minyak dan produk pertanian yang padat sumberdaya alam (*agricultural and resource based industries*) (Kuncoro, 2006). Tidak mengherankan, sejak tahun 1983 Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam ekspor produk manufaktur yang padat sumberdaya alam, seperti kayu lapis, dan padat karya, seperti tekstil, garmen, mebel, dan alas kaki (Aswicahyono, 1996; Soesastro, 1998).

Untuk membawa keunggulan komparatif maka dapat didorong dengan adanya upaya bagi pemerintah maupun pihak luar atas partisipasinya. Misalkan ada seorang wartawan Jerman yang bekerja di *Automotive News Europe* memperingatkan perusahaan pembuat mobil Barat untuk tidak menganggap enteng China sebagai pesaing, seperti yang mereka lakukan di masa lalu terhadap Jepang dan Korea Selatan.

Menurut Jens Dralle dalam sebuah artikel baru-baru ini mengatakan:

“Banyak orang di Eropa yang hanya memerlukan mobil sebagai alat untuk mentransportasikan mereka dari titik A ke titik B. Dan mobil-mobil sederhana seperti itulah yang ditawarkan China ke Eropa.”

Tuntutan akan pengadaan mobil murah di Eropa semakin meningkat akhir-akhir ini sejalan dengan berkurangnya daya beli masyarakat. Hal itu dicerminkan dengan

suksesnya penjualan sedan bermerek Logan yang dibuat Divisi *Dacia Renault* di Romania, yang dijual dengan harga sekitar 8.000 euro (9.300 dollar AS). (Kompas; Jumat, 22 Agustus 2007)

Menurut Remi Cornubert Direktur *Mercer Management Consulting* Biro Paris mengatakan bahwa:

“Meskipun demikian, mobil-mobil buatan China harus membuktikan diri bahwa kualitasnya memang layak diperhitungkan sebelum dapat menerobos pasar Eropa. Kami tidak membeli sebuah mobil seperti sebuah baju atau mainan plastik walaupun harganya sangat murah. Beralih ke produk China yang belum dikenal dan kualitasnya belum teruji tidak akan terjadi dalam waktu yang singkat.”

Dengan itu, mobil-mobil buatan China harus mempunyai citra atau kinerja yang lebih baik dan bukan sekedar produk yang dianggap murah terutama kualitasnya. Untuk itu agar produk China dapat menerobos pasar Eropa menurut pandangan Cornubert bahwa:

“Masuknya China ke pasar mobil Eropa adalah kenyataan, tetapi untuk menjadi sebuah fenomena itu soal lain diperlukan waktu yang tidak sebentar. Perusahaan pembuat mobil Korea Selatan, seperti Hyundai dan Daewoo, memerlukan waktu belasan tahun untuk memproduksi mobil yang menarik dan berkualitas baik.”

Untuk mengantisipasi itu semua produk China harus dapat bekerja dengan efisien dan efektif dalam merakit dan menciptakan sesuatu yang menarik. Tetapi berbeda dengan pandangan Dudenhoeffler, ia mengatakan bahwa:

“Tidak ada ancaman dalam waktu dekat dari mobil-mobil China mengingat desain dan kualitas mobil-mobil itu tidaklah terlalu menarik. Ia memperkirakan mobil-mobil China akan menguasai 1,5 persen pasar mobil Eropa pada tahun 2010. Mobil-mobil China memang sudah datang, tapi sulit bagi mereka untuk mendapatkan tempat dalam waktu singkat, sama seperti yang dialami Hyundai dulu.”

Dari beberapa pandangan yang telah dijelaskan maka semua produk China dapat menguasai dan menerobos ke Eropa pada tahun 2010. Tetapi hal itu harus menunggu agar kualitas produk China dapat berkembang tahap demi tahap. Berarti kualitas dari produk China tidak terlalu ketinggalan dengan produk-produk Eropa yang semakin berkembang setiap saat dan itu juga didukung oleh teknologi dalam pembuatan kualitas produk.

Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk meneliti mengenai biaya kualitas lebih lanjut. Adapun judul dari penulisan skripsi ini adalah **“Analisis Biaya Kualitas Untuk Mengevaluasi Efektivitas dan Efisiensi Pengendalian Kualitas.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan pasti terkait erat dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan tersebut. Untuk menghasilkan produk yang berkualitas pun perusahaan memerlukan biaya. Oleh karena itu, pihak manajemen perusahaan harus dapat mengalokasikan biaya selama proses produksi dengan seefektif dan seefisien mungkin, sehingga dapat menghasilkan laba atau keuntungan yang semaksimal mungkin.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah pokok yang akan mendasari penelitian ini, yaitu:

1. Masalah-masalah apa saja yang dihadapi oleh Perusahaan HILTON dalam melakukan aktivitas pengendalian kualitas?
2. Bagaimana mengevaluasi efektivitas dan efisiensi pengendalian kualitas di Perusahaan HILTON?

3. Bagaimana perusahaan melakukan analisis biaya kualitas untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi pengendalian kualitas?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui masalah-masalah yang dihadapi Perusahaan HILTON dalam melakukan aktivitas pengendalian kualitas.
2. Untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengendalian kualitas di Perusahaan HILTON.
3. Untuk mengetahui bagaimana perusahaan melakukan analisis biaya kualitas terhadap evaluasi efektivitas dan efisiensi pengendalian kualitas.

1.4 Kegunaan Penelitian

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

- Bagi perusahaan
Memberikan masukan dalam mengambil kebijakan serta membantu dalam menentukan strategi yang tepat pada masa yang akan datang sehubungan dengan penerapan biaya kualitas.
- Bagi penulis
Untuk menambah pengetahuan serta wawasan penulis dalam penerapan teori-teori Akuntansi Manajemen yang telah dipelajari selama kuliah, khususnya

tentang analisis biaya kualitas, dan untuk memenuhi persyaratan akademis untuk mengikuti sidang sarjana lengkap di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

- Bagi pihak lain

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 pengendalian kualitas.

1.5 Rerangka Pemikiran

Dengan adanya peningkatan kualitas dalam membuat suatu produk, perusahaan tidak harus mengeluarkan biaya produksi yang besar, karena dengan memperhatikan kualitas maka produk yang dihasilkan terbebas dari kerusakan, sehingga terhindar dari pemborosan (*waste*) dan inefisiensi. Biaya yang dikeluarkan agar produk yang dihasilkannya berkualitas disebut dengan biaya kualitas. Biaya kualitas ini digunakan supaya produk yang dihasilkan tidak berkualitas rendah, karena produk yang berkualitas rendah akan merugikan konsumen. Sebaliknya, apabila perusahaan menghasilkan produk yang berkualitas baik, perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari konsumen.

Menurut Horngren, Foster dan Datar (2003:654):

“The American Society for Quality Control defines quality as the total features and characteristics of a product or a service made are performed according to specifications, to satisfy consumers at the time of purchase and during use.”

Jadi kualitas merupakan kata yang mengandung arti relatif dan digunakan untuk menilai atau menentukan tingkat kesesuaian suatu barang atau jasa terhadap persyaratan

atau spesifikasinya. Bila persyaratan tersebut dipenuhi, berarti barang atau jasa tersebut kualitasnya baik, dan jika tidak memenuhi syarat berarti barang atau jasa tersebut kualitasnya jelek.

Menurut Horngren, Foster dan Datar (2003:655):

“The cost of quality (COQ) refer to the costs incurred to prevent, or costs arising as a result of production a low quality product.”

Dengan demikian, biaya kualitas merupakan biaya-biaya yang timbul untuk mencegah terjadinya atau karena terjadinya kualitas yang rendah. Sementara itu, menurut Hansen dan Mowen (2005:7) pengertian biaya kualitas yaitu:

“Biaya kualitas adalah biaya yang timbul karena kemungkinan dari produk yang dihasilkan berkualitas jelek atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen.”

Ada dua golongan besar biaya kualitas, yaitu biaya untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan biaya yang harus dikeluarkan karena menghasilkan produk cacat.

Menurut Russell (1996:195), secara keseluruhan, biaya kualitas tersebut meliputi:

(Ariani, 2003:9)

1. Biaya untuk menghasilkan produk yang berkualitas (*cost of achieving good quality*), yaitu biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk membuat produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan pelanggan, meliputi:
 - a. Biaya pencegahan (*prevention costs*), yaitu biaya untuk mencegah kerusakan atau cacat produk.
 - b. Biaya penilaian (*appraisal costs*), yaitu biaya yang harus dikeluarkan untuk mengadakan pengujian terhadap produk yang dihasilkan.
2. Biaya yang harus dikeluarkan karena perusahaan menghasilkan produk cacat (*cost of poor quality*), meliputi:
 - a. Biaya kegagalan internal (*internal failure costs*), yaitu biaya yang harus dikeluarkan karena perusahaan telah menghasilkan produk yang cacat tetapi cacat produk tersebut telah diketahui sebelum produk tersebut sampai kepada pelanggan.
 - b. Biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*), yaitu biaya yang harus dikeluarkan karena menghasilkan produk cacat dan produk ini telah diterima oleh konsumen.”

Menurut Hansen dan Mowen (2005:9) dilihat dari segi akuntansi, terdapat dua tipe biaya kualitas, antara lain:

- “1. Biaya kualitas yang terlihat (*observable quality costs*)
Adalah biaya yang disajikan dalam catatan akuntansi organisasi.
2. Biaya kualitas yang tersembunyi (*hidden costs*)
Adalah biaya oportunitas yang terjadi karena kualitas jelek (biaya oportunitas biasanya tidak disajikan dalam catatan akuntansi). Pengecualian pada biaya kehilangan penjualan, biaya ketidakpuasan pelanggan, dan biaya kehilangan pangsa pasar, semua biaya kualitas adalah dapat terlihat dan dicatat dalam catatan akuntansi. Biaya tersembunyi adalah semua biaya yang berada dalam kategori produk gagal eksternal. Biaya kualitas yang tersembunyi bisa menjadi besar dan karena itu harus diestimasi.”

Apabila suatu perusahaan ingin membuat struktur laporan biaya kualitas, pertama kali yang harus dilakukan yaitu perusahaan harus mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan ke dalam kategori biaya kualitas tersebut. Dengan dilakukannya identifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan ke dalam kategori biaya kualitas, perusahaan dapat melakukan usaha untuk mencegah dan mendeteksi kualitas yang jelek yang mungkin terjadi, serta dapat mengetahui respon atas kualitas terhadap produk yang dihasilkan.

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 produknya, serta meningkatnya tingkat pendapatan perusahaan karena penjualan yang terus meningkat.

Untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas diperlukan suatu pengendalian kualitas, dimana pengendalian kualitas ini berperan dalam menciptakan suatu barang yang baik. Pengendalian kualitas merupakan suatu proses yang terdiri dari beberapa kegiatan yang saling berhubungan dan berkesinambungan untuk menetapkan dan

mencapai standar kualitas yang berarti mencakup semua keinginan baik sebelum, selama dan sesudah aktivitas. Menurut Besterfield mendefinisikan pengendalian kualitas sebagai berikut (Besterfield,2001:2-3):

“Quality control is the use of techniques and activities to achieve, sustain, and improve the quality of a product or service. It involves intergrating the following related techniques and activities:

- 1. Specification of what is needed.*
- 2. Design of the product or service to meet the specifications.*
- 3. Production or installation to meet the full intent of the spesifications.*
- 4. Inspection to determine conformance to specifications.*
- 5. Review of usage to provide information for the revision of specifications if needed.”*

Menurut Fryman definisi pengendalian kualitas (2002:6), yaitu:

“Quality control at operational techniques necessary to satisfy all quality requirements. Inclusive is quality control is process monitoring and the elimination of root capture of satisfactory product or service quality performance.”

Sedangkan Juran (1988) mendefinisi pengendalian kualitas adalah sebagai berikut (Juran, seperti dikutip oleh Wadsworth, Stephens, Godfrey, 2002:27):

“Quality control is regulatory process through which we measure actual quality performance, compare it with standards, and act on the difference.”

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan diatas maka pengendalian kualitas merupakan usaha mempertahankan kualitas dari produk yang dihasilkan agar sesuai dengan keinginan konsumen atau dengan spesifikasi produk yang telah ditetapkan. Setiap penyimpangan yang terjadi dianalisis dan dipergunakan sebagai *feedback* dalam melakukan tindakan perbaikan.

1.6 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis dengan pendekatan studi kasus. Metode ini merupakan suatu metode yang meneliti status kelompok manusia, suatu objek, kondisi, sistem pemikiran, atau kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang sistematis serta akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara hal-hal yang diselidiki. Sementara itu studi kasus adalah penelitian deskripsi yang berusaha mencermati individu atau suatu unit tertentu serta mencoba menentukan semua variabel penting yang melatar belakangi timbul dan berkembangnya variabel tersebut.

Data yang diperoleh dari objek penelitian ini akan dilakukan pengolahan, kemudian dianalisa dan dibandingkan dengan teori-teori yang telah dipelajari. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis antara lain:

1. Data primer (*primary data*)

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

2. Data sekunder (*secondary data*)

Data sekunder merupakan data sumber penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan

historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan.

1.7 Lokasi dan Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada Perusahaan HILTON. Lokasi penelitian ini adalah di Jalan Leuwi Gajah No.98a Bandung.

Waktu penelitian dilakukan terhitung mulai bulan Agustus 2007 sampai selesai.