

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki tahun 2003, bagi Indonesia merupakan fase baru yang membuat seluruh kehidupan berbangsa dan bernegara semakin meng-global. Hal ini dikarenakan sejak tahun 2003, ASEAN *Free Trade Area* (AFTA) diberlakukan diseluruh negara-negara ASEAN. Keberadaan AFTA, mau tidak mau, memberikan impas yang cukup besar bagi Indonesia dalam berbagai bidang kehidupan, baik positif maupun negatif.

Menurut Antonius Krisna Murti (*National Environmental Control Agency of DKI Jakarta*):

“Keberadaan AFTA akan semakin memprioritaskan keberhasilan ekonomi di atas segalanya. Dunia ekonomi dianggap sebagai faktor yang penting dan menempati posisi poros dalam memajukan negara. Indonesia, semenjak orde baru sebenarnya telah memulai usahanya untuk mengutamakan ekonomi yang berpusat pada industri. Kini dengan AFTA, industrialisasi akan semakin gencar.” (www.sinarindonesia.co.id)

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat, peranan kualitas produk maupun jasa yang diberikan oleh perusahaan semakin besar dalam kaitannya dengan perkembangan perusahaan. Untuk dapat bertahan, maka perusahaan dituntut untuk melakukan tindakan-tindakan yang mengarah pada kegiatan efisiensi. Namun kegiatan efisiensi tersebut harus tetap memperhatikan kualitas dari barang dan jasa yang dihasilkan. Pelaksanaan efisiensi ini dapat bertujuan

untuk menghemat biaya, sehingga dapat memberikan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen dengan harga bersaing.

Menurut Monika Kussetya Ciptani (Dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Petra):

“Dengan adanya kemampuan perusahaan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen yang membeli produk dan memakai jasanya, maka secara otomatis perusahaan akan mencapai keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, dikembangkan berbagai cara dan teknik untuk mengidentifikasi besarnya biaya kualitas.” (www.petra.ac.id)

Di dalam ilmu ekonomi dikatakan bahwa ekonomi merupakan suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia. Di mana agar perusahaan dapat memenuhi kebutuhan manusia akan kepuasan, maka perusahaan harus mampu untuk memberikan yang terbaik bagi manusia berupa produk dan jasa yang berkualitas.

Menurut Lionel Robbins (*President of The British Academy*) :

“The science which studies human behaviour as a relationship between ends and scarce means which have alternative uses. Scarcity means that available resources are insufficient to satisfy all wants and needs. Absent scarcity and alternative uses of available resources, there is no economic problem. The subject thus defined involves the study of choices as they are affected by incentives and resources.” (www.wikipedia.org)

Sedangkan dalam buku *Adam Smith's The Wealth of Nations* (www.yahoo.com) menyatakan:

“Ekonomi politik, diyakini sebagai cabang dari ilmu pembangunan pemerintahan atau legislatif, dimana terdapat dua tujuan: pertama, untuk memberikan penghasilan atau produk bagi masyarakat, atau, lebih spesifik lagi, yaitu dapat mempersiapkan masyarakat untuk dapat menyediakan penghasilan bagi diri mereka sendiri; dan yang kedua, untuk memberikan kehidupan yang layak bagi masyarakat umum dengan penghasilan yang cukup.”

Dalam kaitan *quality costs* (biaya kualitas) dengan tingkat penjualan, menurut Joseph Juran (*one of the world's leading quality theorists*) menjelaskan bahwa:

“Quality costs are the costs associated with prevention, finding, and correcting defective work. These costs are huge, running at 20% - 40% of sales.”

Hal tersebut menjelaskan bahwa tingkat penjualan dapat dipengaruhi oleh biaya kualitas, dimana apabila biaya kualitas yang besar dapat mempengaruhi 20% - 40% kenaikan pada tingkat penjualan.

Dari fenomena-fenomena yang terjadi, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Analisis Biaya Kualitas terhadap Tingkat Penjualan pada Knit Works”**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Faktor apa yang mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan?
2. Bagaimana mengklasifikasikan biaya kualitas di Knit Works?
3. Bagaimana menganalisis biaya kualitas terhadap tingkat penjualan pada Knit Works?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan.
2. Untuk mengetahui pengklasifikasian biaya kualitas di Knit Works.

3. Untuk mengetahui cara menganalisis biaya kualitas terhadap tingkat penjualan di Knit Works.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis:

Untuk menambah pengetahuan dan menerapkan pengetahuan teoritis yang telah didapat selama perkuliahan, khususnya tentang analisis biaya kualitas, dan untuk memenuhi persyaratan akademis untuk mengikuti sidang sarjana lengkap Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha.

2. Bagi perusahaan:

Menerima masukan yang berupa saran-saran perbaikan yang berguna dalam menentukan strategi yang tepat pada masa yang akan datang sehubungan dengan penerapan biaya kualitas dan peningkatan penjualan.

3. Bagi masyarakat:

Diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengukuran kualitas biaya baik secara teoritis maupun penerapannya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Kualitas merupakan salah satu faktor yang penting bagi perusahaan dalam menghasilkan produknya. Dengan adanya peningkatan kualitas dalam membuat suatu produk, perusahaan tidak harus mengeluarkan biaya produksi yang besar. Biaya yang dikeluarkan agar produk yang dihasilkan berkualitas disebut 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.

Definisi kualitas menurut Horngren, Foster, dan Datar (2003:654),

“The American Society for Quality Control defines quality as the total features and characteristic of a product or a service made are performed according to specifications, to satisfy consumers at the time of purchase and during uses. Quality is the total composite product and service characteristic of marketing, engineering, manufacture, and maintance, through which the product and service is use will meet the expectations of costumer.”

Sedangkan Gaspersz (2003:4) menyatakan bahwa:

*“Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti performasi (*performance*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*ease of use*), estetika (*esthetics*), dan sebagainya. Bagaimanapun para manajer dari perusahaan yang sedang berkompetisi dalam pasar global harus memberikan perhatian yang serius pada definisi strategik, yang menyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of costumer*).”*

Jadi kualitas merupakan kata yang mengandung arti relatif dan digunakan untuk menilai atau menentukan tingkat kesesuaian suatu barang atau jasa terhadap persyaratan dan spesifikasinya. Bila persyaratan tersebut dipenuhi, berarti barang atau jasa tersebut kualitasnya baik, dan jika tidak memenuhi syarat berarti barang atau jasa tersebut kualitasnya jelek.

Dengan demikian, biaya kualitas merupakan biaya-biaya yang timbul untuk mencegah terjadinya atau karena terjadinya kualitas yang rendah.

Hansen dan Mowen mendefinisikan biaya kualitas menjadi (2005:7):

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

Menurut Arini (2003:9) biaya kualitas meliputi:

- “
- a. biaya pencegahan (*prevention cost*),
 - b. biaya penilaian (*appraisal cost*),
 - c. biaya kegagalan internal (*internal failure costs*), dan
 - d. biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*).”

Jadi, kualitas selalu difokuskan pada kepuasan pelanggan dan kualitas ditentukan oleh pelanggan, bukan oleh produsen. Oleh karena itu kualitas diciptakan berdasarkan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Sedangkan pengertian penjualan (*sale*) dalam buku Ensiklopedia Ekonomi, Keuangan dan Perdagangan (A. Abdurrachman, 1991;939) adalah:

“Suatu kontrak atau perjanjian antara dua pihak, masing-masing dikenal sebagai penjual, dan pembeli, yang mewajibkan pihak yang pertama itu untuk, atas pertimbangan akan suatu pembayaran, atau suatu janji akan pembayaran sejumlah harga dalam uang tertentu, memindahkan kepada pihak yang terakhir hak dan kepemilikan harta benda.”

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa sistem penjualan adalah suatu sistem penjualan adalah suatu sistem yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk menjual atau memasarkan barang dagangan kepada konsumen.

Dengan adanya analisis biaya kualitas diharapkan agar produk dan jasa yang diberikan kepada masyarakat memiliki kualitas yang baik, sehingga kebutuhan dan kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa dapat terpenuhi. Dengan

menghasilkan produk maupun jasa yang berkualitas baik, maka tingkat penjualan dapat meningkat.

Penilaian tingkat penjualan dilihat melalui laporan biaya kualitas memberikan informasi yang dapat digunakan oleh pihak manajemen untuk pengambilan keputusan, perencanaan, dan juga dapat membantu pihak manajemen untuk melihat persentase tingkat penjualan aktual dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut bidang akuntansi dan bidang keuangan, pengertian penjualan (*sales*) dapat diartikan sebagai pendapatan operasi yang didapat oleh perusahaan ketika perusahaan menjual produk-produknya. Penjualan dilaporkan langsung pada laporan laba/rugi sebagai penjualan (*sales*) atau penjualan bersih (*net sales*).

1.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan studi deskriptif analitis, dimana penulis menjelaskan karakteristik suatu fenomena atau masalah yang ada untuk mengambil keputusan dan memecahkan masalah bisnis. Yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan. Data yang diperoleh penulis untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, dimana penulis memperoleh data mengenai biaya kualitas dalam perusahaan melalui observasi.

1.7 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dimulai pada awal September tahun 2007 sampai dengan selesai. Dimana objek penelitiannya adalah perusahaan perseorangan Knit Works yang bergerak dibidang garmen yang bertempat di Jalan Babakan Jati (Terusan Karawitan), Bandung.