

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Pada tahun 2007, banyak negara termasuk di Indonesia dan beberapa negara lainnya sedang gempar membahas isu makanan berformalin atau yang mengandung zat-zat aditif berbahaya lainnya untuk dikonsumsi yang mengawetkan dan memberikan citarasa yang lebih baik pada suatu produk. Seperti kutipan berikut yang diambil dari atikel "China Keluarkan Ketentuan Standar Makanan":

"Pada Mei 2007, pasta gigi China ditemukan mengandung sejenis bahan berbahaya bagi kesehatan di Amerika Tengah dan Amerika Serikat. Jepang, Singapura, dan Australia serta sejumlah negara-negara lain telah mengembalikan jutaan pasta gigi dan Kanada telah melarang impor dari China untuk produk itu. Di Indonesia, beredar berbagai jenis permen dan biskuit serta pasta gigi asal China yang diduga mengandung bahan formalin, sehingga dinyatakan tidak layak dimakan atau dikonsumsi."

(www.antara.co.id, 7 Juli 2007)

Sebenarnya, bahan tambahan makanan jumlahnya sangat banyak. Dan apabila tidak digunakan sebagaimana mestinya dapat berbahaya. Menurut konsultan gizi dari RS Internasional Bintaro, Sri Durjati Boedihardjo, MD, MSc., Ph.D:

"Bahan tambahan yang berbahaya biasanya berasal dari bahan-bahan kimia yang tidak digunakan sebagaimana mestinya. Beberapa bahan tambahan berbahaya bagi manusia yang biasa digunakan antara lain formalin untuk mengawetkan, boraks untuk mengenyalkan, dan pewarna buatan."

(www.kompas.co.id, 15 November 2006)

Makanan berhubungan erat dengan kualitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, penting sekali untuk menjaga kualitas makanan yang diproduksi dengan menggunakan campuran bahan makanan yang tepat.

PT “X” adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha restoran. Dalam suatu restoran, menu-menu makanan yang disediakan oleh restoran tersebut adalah produk utama yang mencirikan restoran tersebut. Oleh karena itu, penting sekali untuk menjaga kualitas makanan yang disajikan. Menurut Leni Herliani Afrianti dalam artikel “Bahan Tambahan Makanan tak Sekadar Tambahan” mengenai atribut kualitas makanan:

“Atribut kualitas makanan adalah pertama yaitu sifat indrawi yaitu sifat-sifat yang dapat dinilai dengan pancaindra seperti sifat penampakan (bentuk, ukuran, warna), cita rasa (asam, asin, manis, pahit, flavor), tekstur (sifat yang dinilai dengan indra peraba). Kedua, nilai gizi yaitu karbohidrat, protein, vitamin, mineral, dan lain-lain. Ketiga, keamanan makanan yang dikonsumsi yaitu terbebas dari bahan-bahan pencemar atau racun yang bersifat mikrobiologis.”

(pikiran-rakyat.com, 24 Februari 2005)

Dalam suatu usaha restoran, selain kualitas makanan penting, kualitas pelayanan kepada konsumen adalah faktor yang harus diperhatikan juga. Menurut Hadisantono dalam *theses*-nya yang berjudul “Perancangan Sistem Pelayanan Restoran Cepat Saji dengan *Quality Function Deployment*” (2002):

”Saat ini perkembangan sektor jasa semakin meningkat, kontribusi sektor ini terhadap pertumbuhan ekonomi tidak kalah dibandingkan dengan sektor lainnya. Oleh karena itu tingkat kualitas sistem pelayanan industri jasa harus selalu ditingkatkan karena merupakan keunggulan kompetitif. Cara yang dapat ditempuh adalah dengan berusaha untuk mengetahui dan memahami ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap sistem pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, pihak penyedia jasa dapat memperbaiki sistem pelayanannya, dan berdasarkan pengetahuan tentang karakteristik

pelanggan, maka dapat dirancang dan dikembangkan sistem pelayanan yang lebih baik.”

Karena itu, kualitas produk (makanan dan pelayanan) yang baik adalah faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam suatu usaha restoran. Kepuasan konsumen adalah suatu indikator yang penting yang menentukan keinginan akan kembali atau tidaknya konsumen tersebut. Menurut Soriano (2002):

*“The two most important attributes that are responsible for customers’ return business are the quality of food and the quality of service.”*

Dengan adanya kemampuan perusahaan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan memberikan kualitas terbaik pada produknya, maka secara otomatis perusahaan akan mencapai keuntungan yang maksimal. Seperti menurut John F. Welch, Jr (2005: 94):

*“Mutu merupakan jaminan terbaik bagi kita atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat kita dalam menghadapi pesaing asing, dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng.”*

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul: **“PENERAPAN ANALISIS BIAYA KUALITAS UNTUK MENGUKUR KEGIATAN PENGENDALIAN KUALITAS DALAM MEMBERIKAN KEPUASAN KEPADA KONSUMEN.”**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Kualitas produk adalah faktor yang paling esensial dalam suatu perusahaan manufaktur atau jasa karena dari kualitas produk yang dihasilkan konsumen akan menentukan mana yang akan mereka pilih. Karena itu, menjaga dan meningkatkan kualitas suatu produk adalah upaya yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup dan mencapai keberhasilan usaha.

Demikian juga yang harus dilakukan pada suatu usaha restoran. Selain menjaga agar kualitas makanannya tetap baik, suatu restoran juga harus dapat menjaga kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen. Kualitas makanan dan pelayanan adalah serangkaian penilaian yang mutlak bagi suatu restoran.

Kualitas produk (makanan dan pelayanan) yang baik dapat dicapai dengan melakukan kegiatan pengendalian kualitas. Kegiatan tersebut membutuhkan biaya yang disebut biaya kualitas. Namun, pada umumnya perusahaan menginginkan biaya kualitas yang rendah dengan tidak mengurangi kualitas produk itu sendiri.

Berkaitan dengan uraian di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah pokok yang mendasari penelitian ini, yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan?
2. Apakah perusahaan telah melakukan kegiatan pengendalian kualitas dan biaya-biaya apa saja yang timbul sehubungan dengan dilakukannya kegiatan pengendalian kualitas?
3. Apakah perusahaan telah melakukan analisis biaya kualitas?

4. Bagaimana kualitas pelayanan perusahaan dilihat dari biaya kualitasnya?
5. Bagaimana penerapan analisis biaya kualitas untuk mengukur kegiatan pengendalian kualitas dalam memberikan kepuasan kepada konsumen?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
2. Untuk mengetahui kegiatan pengendalian kualitas yang dilakukan perusahaan dan biaya-biaya yang timbul sehubungan dengan dilakukannya kegiatan pengendalian kualitas.
3. Untuk mengetahui analisis biaya kualitas yang dilakukan perusahaan.
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan perusahaan dilihat dari biaya kualitasnya.
5. Untuk mengetahui penerapan analisis biaya kualitas untuk mengukur kegiatan pengendalian kualitas dalam memberikan kepuasan kepada konsumen.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Melalui penelitian yang dilakukan, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan yang diteliti

Memberi masukan bagi perusahaan yang bersangkutan dalam mengambil kebijakan serta membantu dalam menentukan strategi yang tepat di masa yang akan datang sehubungan dengan penerapan biaya kualitas.

2. Bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai teori yang dipelajari selama studi, serta penerapannya dalam praktek pada suatu perusahaan. Dan untuk memenuhi persyaratan akademis untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan memperluas wawasan, serta menjadi bahan referensi untuk penelitian di masa yang akan datang yang berhubungan dengan analisis biaya kualitas.

### **1.5. Rerangka Pemikiran**

Kualitas telah menjadi dimensi kompetitif yang penting bagi perusahaan manufaktur maupun jasa. Suatu perusahaan dapat menjadi lebih kompetitif dengan memberikan perhatian lebih besar terhadap produktivitas dan kualitasnya. Beberapa pendapat meyakini bahwa kualitas telah bergeser dari sumber keunggulan strategis menjadi kebutuhan kompetitif (Hansen dan Mowen, 2005:5).

Upaya untuk meningkatkan kualitas membutuhkan biaya. Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk pengendalian kualitas merupakan biaya kualitas. Definisi biaya kualitas menurut Hansen dan Mowen (2005: 7):

“Biaya kualitas adalah biaya-biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang buruk kualitasnya.”

Dengan adanya peningkatan kualitas dalam membuat suatu produk, perusahaan tidak harus mengeluarkan biaya yang lebih besar lagi. Sebaliknya, peningkatan kualitas mengurangi biaya kualitas yang harus dikeluarkan. Karena, kebanyakan biaya yang berhubungan dengan kualitas terjadi karena kualitas yang buruk.

Biaya kualitas dapat dipandang dari segi *conformance* dan *non-conformance costs*. Menurut Schiffauerova dan Thomson (2006):

*“The costs of conformance are the prices paid for prevention and appraisal of poor quality activities, while the costs of non-conformance are the costs of poor quality caused from products and services due to internal or external failure activities.”*

Dengan kata lain, menurut Bamford dan Land (2006):

*“The cost of quality is the total of all resources spent by an organization to ensure that the quality standards established are consistently achieved or exceed standards.”*

Dengan mengendalikan biaya kualitas, profitabilitas perusahaan dapat ditingkatkan dan membuat perusahaan menjadi lebih kompetitif.

Suatu produk yang berkualitas tidak hanya merupakan produk dengan *performance* yang baik tetapi juga harus memenuhi kriteria kepuasan konsumen atau pelanggan (memenuhi harapan pelanggan). Definisi kepuasan menurut Philip Kotler (2005: 70):

“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.”

Sedangkan Hansen dan Mowen (2005: 5) menggambarkan harapan pelanggan sebagai berikut:

”Harapan pelanggan dapat digambarkan melalui atribut-atribut kualitas atau yang sering disebut dimensi kualitas. Jadi, produk atau jasa yang berkualitas adalah yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam delapan dimensi (kinerja, estetika, kemudahan perawatan dan perbaikan, fitur, keandalan, tahan lama, kualitas kesesuaian, dan kecocokan penggunaan).”

Demikian juga yang harus diterapkan dalam suatu usaha restoran. Usaha restoran menuntut kualitas makanan dan pelayanan yang tinggi. Dua hal tersebut adalah faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk kembali mengunjungi restoran tersebut atau tidak. Namun, tidak ada suatu jaminan bahwa konsumen yang puas akan kembali mengunjungi restoran tersebut. Seperti menurut Bowen dan Chen (2001):

*“While customer satisfaction is frequently used as an indicator of customer willingness to return to a restaurant, there is no guarantee that satisfied customer will return.”*

Untuk itu, memperhatikan kualitas makanan yang akan disajikan kepada konsumen dan memberikan *training* pada pegawai baru sangatlah penting. Teknologi juga adalah faktor lainnya yang menentukan kualitas makanan. Menurut Durocher (2001):

*“Other factors that could affect food quality are technologies such as computer chips in refrigerators to regulator temperature and digital timer in fryers to control cooking time.”*

Untuk mengendalikan biaya kualitas yang dikeluarkan, suatu perusahaan harus membuat suatu laporan analisis biaya kualitas. Dalam membuat laporan analisis biaya kualitas, perusahaan harus mengidentifikasi biaya-biaya yang

dikeluarkan ke dalam kategori biaya kualitas. Dengan dilakukannya identifikasi biaya-biaya ke dalam kategori biaya kualitas tersebut, perusahaan dapat mendeteksi dan melakukan pencegahan terhadap kualitas buruk yang mungkin terjadi.

Jadi dengan diterapkannya biaya kualitas, perusahaan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan persyaratan pelanggan. 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.

#### **1.6. Metode Penelitian**

Penulisan skripsi ini menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu metode penelitian yang bersifat menemukan data, informasi-informasi dan fakta disertai interpretasi yang cukup selama penelitian pada objek yang diteliti. Jadi metode penelitian deskriptif analisis merupakan metode yang bertujuan menggambarkan perusahaan berdasarkan keadaan. Fakta-fakta yang nampak pada situasi yang diselidiki untuk kemudian data tersebut disusun, diolah, dianalisa dan diinterpretasikan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu:

1. Data primer (*primary data*)

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Teknik yang digunakan:

a. Observasi

Yaitu dengan meninjau dan mengamati langsung terhadap keadaan perusahaan dengan segala aspek kegiatannya yang berhubungan dengan penelitian.

b. Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab kepada pejabat berwenang, atau bagian lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh gambaran mengenai perusahaan secara umum.

2. Data sekunder (*secondary data*)

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara.

a. Data internal

Yaitu dokumen-dokumen akuntansi dan operasi yang dikumpulkan, dicatat dan disimpan di dalam suatu perusahaan.

b. Data eksternal

Yaitu dengan mencari dan mengumpulkan data-data dari literatur, buku-buku, internet, juga catatan-catatan perkuliahan sebagai acuan penelitian dan pengolahan data penelitian yang berhubungan dengan topik yang akan dibahas.

### **1.7. Waktu dan Tempat Penelitian**

Dalam rangka menunjang penelitian yang penulis lakukan, penulis mengadakan penelitian yang berlangsung pada Oktober 2007 – Januari 2008. Tempat yang dijadikan penelitian adalah PT “X” yang bergerak dalam bidang usaha restoran yaitu, *Food and Beverage*, yang berlokasi di jalan Surya Sumantri, kecamatan Sukajadi, Bandung.