

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sekarang ini di dunia persaingan yang ketat, kualitas perlu menjadi pusat perhatian dari perusahaan untuk menjalankan strategi operasinya. Pada era ini kualitas memegang peranan penting dalam usaha memenangkan persaingan diantara perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa. Kualitas merupakan dimensi kemampuan suatu produk dalam memenuhi kepuasan konsumen dan juga merupakan kunci keberhasilan perusahaan agar dapat bersaing secara kompetitif. Banyak pakar kualitas berpendapat bahwa “kualitas adalah kesesuaian” (Hansen dan Mowen 2001:964). Salah satu tujuan perusahaan adalah meningkatkan laba, terutama dari kegiatan operasinya. Strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing dapat dilakukan melalui usaha peningkatan kualitas. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk dengan kualitas tinggi, harga rendah dan pengiriman tepat waktu.

Hansen dan Mowen (2005,13) berpendapat bahwa peningkatan biaya kualitas khususnya biaya kontrol (biaya pencegahan dan biaya penilaian) akan berdampak pada kinerja produksi perusahaan dalam mencegah atau mendeteksi unit-unit yang tidak sesuai kualitas dan meminimalisasi terjadinya produk cacat. Hal ini dapat menghindarkan adanya pemborosan dan inefisiensi sehingga biaya produksi per unit dapat ditekan dan harga produk dapat menjadi lebih kompetitif. Produk yang

memiliki kualitas yang lebih tinggi dengan harga yang kompetitif akan menjadi incaran konsumen, sehingga dengan demikian perusahaan yang memiliki produk berkualitas akan mudah mendapatkan keuntungan karena produknya laku terjual. Perbaikan dan peningkatan kualitas produk tidak berarti meningkatkan biaya tetapi produk yang berkualitas buruk justru akan menambah biaya. Dalam mencapai produk yang berkualitas, perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan efisiensi biaya. Manajemen selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produk dengan biaya yang seminimal mungkin, yaitu melalui pengendalian dan pengalokasian biaya-biaya berkaitan secara tepat.

Biaya kualitas adalah *“the cost that exist because poor quality may or does exist”*. (Hansen dan Mowen 2003:442). Biaya kualitas dapat dikelompokkan menjadi empat golongan, yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal.

Biaya pencegahan adalah biaya yang terjadi untuk mencegah kerusakan produk yang dihasilkan. Biaya penilaian adalah biaya yang terjadi untuk menentukan apakah produk dan jasa sesuai dengan persyaratan-persyaratan kualitas. Biaya kegagalan internal adalah biaya yang terjadi karena ada ketidaksesuaian dengan persyaratan dan terdeteksi sebelum barang dan jasa tersebut dikirimkan ke pihak luar (pelanggan). Biaya kegagalan eksternal adalah biaya yang terjadi karena produk atau jasa gagal memenuhi persyaratan-persyaratan yang diketahui setelah produk tersebut dikirimkan kepada para pelanggan.

Secara operasional kualitas suatu barang atau jasa adalah sesuatu yang memenuhi harapan pelanggan. Untuk mencapai produk yang berkualitas, perusahaan

harus selalu melakukan pengawasan dan peningkatan terhadap kualitas produknya, sehingga akan diperoleh hasil akhir yang optimal. Proses pengawasan kualitas tersebut dimulai dari penelitian terhadap bahan baku yang digunakan apakah sudah memenuhi standar yang telah ditetapkan atau belum, kemudian pengawasan dilakukan pada saat proses produksi dihentikan sementara waktu dan dilanjutkan lagi setelah diadakan perbaikan-perbaikan yang diperlukan. Setelah itu perlu dilakukan pengawasan produk akhir yang tidak menutup kemungkinan adanya produk cacat yang dihasilkan dari proses produksi.

Jika proses pengawasan dan peningkatan kualitas tidak dilakukan akan membuat produk rusak sampai ke tangan konsumen dan akibat fatalnya akan memakan korban. Seperti fenomena yang dibahas dalam KOMPAS.com hal ini terjadi pada produksi mobil Honda. Pabrikan terbesar kedua di Jepang itu harus melakukan *recall* terhadap produksi mobilnya dikarenakan pihak pabrikan memperoleh laporan adanya 12 kecelakaan dan merenggut satu korban jiwa akibat adanya kelainan pada sistem kantung udara (*airbags*).

John Mendel, selaku *executive vice president* Honda AS, seperti dilansir *Bloomberg* (10/2/2010) mengatakan, “*Airbag* itu menghasilkan tekanan internal yang berlebihan, dan menjadikannya sebuah resiko dengan keluarnya serpihan bahan metal yang bisa mencederai penumpang.” Jadi, ketika *airbags* mengembang – saat terjadi kecelakaan – tekanan udara yang dikeluarkan sistem pengaman ini lebih besar dari seharusnya. Kondisi ini justru menjadi alat membahayakan bagi penumpang.

Recall terhadap produk Honda tersebut, kian memperuncing masalah terkait standar keselamatan mobil-mobil produk Jepang. Pasalnya, baru saja Toyota juga

menarik total 8 juta unit (kasus pedal gas dan rem) di seluruh dunia yang juga berhubungan dengan faktor keamanan.

Dengan adanya berita mengenai penarikan mobil Honda, masyarakat Indonesia mulai mempertanyakan apakah *recall* tersebut mempengaruhi produk Honda yang dipasarkan di Indonesia. Melalui keterangan resminya, PT Honda Prospect Motor selaku ATPM mobil Honda di Indonesia menegaskan seluruh produk yang diproduksi di Indonesia menggunakan komponen SRS *Airbag* memiliki desain dan spesifikasi berbeda dengan produksi luar negeri.

“Konsumen Indonesia tidak perlu khawatir terhadap mobil sejenis yang teridentifikasi *recall* di luar negeri. Karena telah dipastikan oleh Honda Motor Co. bahwa Indonesia tidak termasuk dalam daftar negara yang melakukan *recall* lantaran menggunakan inflator yang memiliki desain serta spesifikasi yang berbeda,” tukas Jonfis Fandy, Direktur Pemasaran dan Layanan Purna Jual HPM dalam keterangan resminya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, terlihat pentingnya pengendalian produk rusak pada perusahaan agar tidak memberi dampak buruk bagi konsumen. Jika produk rusak dapat dikendalikan dan belum sampai ke tangan konsumen, maka kecelakaan dapat lebih diminimalisasi.

Dengan adanya fenomena tersebut di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul : “Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Produk Rusak Pada B & C Collection.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah B & C Collection sudah menerapkan biaya kualitas di dalam perusahaan ?
2. Bagaimana pengendalian kerusakan produk pada B & C Collection ?
3. Bagaimana pengaruh biaya kualitas terhadap produk rusak pada B & C Collection ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai permasalahan yang dihadapi, maka tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui penerapan biaya kualitas pada B & C Collection.
2. Untuk mengetahui pengendalian kerusakan produk pada B & C Collection.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas terhadap produk rusak pada B & C Collection.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi peneliti memperluas pengetahuan peneliti secara khusus tentang teori yang telah diperoleh dibangku kuliah khususnya mengenai biaya

kualitas. Bagi pembaca sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan khususnya mengenai pengaruh biaya kualitas dan produk rusak.

- b. Bagi peneliti lain sebagai referensi dan refleksi kepada pihak-pihak yang berkepentingan untuk pemecahan masalah yang terkait dengan biaya kualitas dan produk rusak.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui bagaimana pengaruh biaya kualitas terhadap produk rusak dan bagaimana pengendalian kerusakan produk tersebut.