

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dunia telah berubah, kompetisi global memberi pilihan yang tidak terbatas bagi para konsumen dan mereka semakin sadar biaya dan sadar nilai, menurut produk dan jasa yang bermutu tinggi dan perusahaan-perusahaan yang tidak memerhatikan mutu produk akan mengalami penurunan pangsa pasar dan laba operasi (Blocher, 2007). Karakteristik lingkungan dunia usaha saat ini ditandai oleh perkembangan yang cepat di segala bidang yang menuntut kepiawaian manajemen dalam mengantisipasi setiap perubahan yang terjadi dalam aktivitas ekonomi dunia (Haloho, 2006). Persaingan yang semakin ketat mengakibatkan perusahaan mengalami banyak kesulitan terutama dalam memposisikan produk mereka di mata konsumen, sehingga membuat perusahaan berusaha untuk menciptakan produk yang unggul dari segi karakteristik, bentuk, kualitas maupun harga (Anggriani dan Goestaman, 2013). Kondisi persaingan global sekarang ini, dengan siklus hidup produk yang pendek dan perubahan teknologi dan selera konsumen yang cepat, perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang dan mampu menghasilkan laba dengan memproduksi produk dan memberikan jasa yang berkualitas menuntut setiap perusahaan yang berbasis industri diharapkan dapat melaksanakan tuntutan konsumen yang sama dengan motto dari globalisasi yaitu “*lower cost dan high quality*” dalam setiap produk yang dihasilkan yaitu salah satu faktor utama bersaingnya perusahaan adalah dengan kualitas (Usman, 2011). Kualitas jasa dalam waktu penyerahan lebih cepat, layanan

yang lebih baik dibandingkan pesaingnya akan sangat berpengaruh pada kepuasan dan kesetiaan konsumen. Perusahaan tidak dapat bertahan dengan usia produk yang lama tanpa memiliki manajemen yang baik. Biaya kualitas merupakan indikator finansial kinerja kualitas perusahaan. Menurut Usman (2011) dalam upaya untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa yang dihasilkan, perusahaan dapat menanamkan investasi yang besar untuk melaksanakan berbagai program peningkatan dan pengendalian kualitas atau memperbaiki kualitas yang buruk yang disebut dengan biaya kualitas (*cost of quality*).

Hansen dan Mowen (2005) mendefinisikan kualitas adalah derajat atau tingkat kesempurnaan, dalam hal ini, kualitas adalah ukuran relatif dari kebaikan. Dan dengan kata lain kualitas adalah kepuasan pelanggan. Dan menurut Hansen dan Mowen (2005) biaya kualitas adalah biaya-biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang buruk kualitasnya. Penekanan pada kualitas ini telah cukup lama berlangsung hingga saat ini. Namun, seiring berkembangnya usaha yang dikelola, perusahaan secara perlahan mulai memperhatikan kualitas produknya, oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk memahami dan menerapkan perhitungan biaya kualitas, karena biaya ini mempengaruhi kinerja perusahaan, terutama kinerja keuangan yang tampak pada profitabilitas perusahaan (Winny, 2011). Biaya kualitas pada suatu perusahaan digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana fungsi sistem pengendalian kualitas yang diterapkan oleh perusahaan. Jika suatu perusahaan memiliki jaminan kualitas yang tinggi, maka akan dapat mempengaruhi permintaan dari konsumen/pelanggan dan permintaan yang tinggi dapat mempengaruhi penjualan produk (Ulfah, 2013). Dengan adanya peningkatan penjualan maka profitabilitas perusahaan meningkat pula. Menurut Supriadi dan

Puspitasari (2009) salah satu yang mempengaruhi profitabilitas adalah kegiatan penjualan dimana barang yang sudah diproduksi oleh perusahaan yang sudah siap untuk dipasarkan dan digunakan oleh konsumen. Karena pengertian profitabilitas itu sendiri adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang diperoleh dari hasil penjualan, pengembalian atas aktiva maupun modal perusahaan itu sendiri (Krisdiyanti, 2010). Kualitas barang memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat berpengaruh kepada kesetiaan dan loyalitas pelanggan yang dapat mempertahankan kinerja keuangan perusahaan. Salah satu tujuan perusahaan adalah memperoleh laba dari hasil usahanya, biasanya laba yang dipakai untuk menilai berhasil tidaknya suatu manajemen perusahaan. Menurut Harahap (1993) salah satu fungsi dari akuntansi adalah melakukan pengukuran termasuk pengukuran prestasi, hasil usaha, laba maupun posisi keuangan. Salah satu isu berat dalam pengukuran itu adalah pengukuran laba. Pengukuran laba ini bukan saja penting untuk menentukan prestasi perusahaan tetapi juga penting sebagai informasi bagi pembagian laba, penentuan kebijakan investasi, dan pembagian hasil.

Penelitian mengenai biaya kualitas ini sebenarnya sudah pernah dilakukan oleh beberapa penelitian diantaranya adalah Asneli (2008) dalam penelitiannya mengenai Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih Perusahaan pada Divisi Mesin Industri dan Jasa PT PINDAD (Persero) Bandung. Hasil analisa pengaruh biaya kualitas terhadap laba perusahaan diketahui bahwa besarnya pengaruh biaya kualitas terhadap laba perusahaan adalah 82,1%. Artinya, semakin tinggi biaya pencegahan dan biaya penilaian maka biaya kegagalan akan menurun dan laba akan meningkat. Sebaliknya semakin rendah biaya pencegahan dan biaya penilaian maka

biaya kegagalan akan meningkat dan laba perusahaan akan menurun. Sisanya 17,9 % dipengaruhi oleh produktivitas dan tingkat kerusakan produk.

Penelitian kedua dilakukan oleh Gantino dan Erwin (2009) dalam penelitiannya tentang Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Penjualan Pada PT Guardian Pharmatama yang menggunakan data laporan biaya kualitas dan data penjualan bulanan ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh variabel independen (biaya kualitas) terhadap variabel dependen (penjualan). Dari hasil uji t untuk biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Dari hasil uji F untuk biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal dapat disimpulkan bahwa biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Dari hasil analisa regresi diperoleh persamaan regresi linear berganda,  $Y = -240710057,3 + 496,753 X_1 + 411,237 X_2 + 38,384 X_3 + 21,283 X_4$ , persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa pengaruh biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal terhadap penjualan adalah positif yang berarti kenaikan biaya kualitas akan mengakibatkan kenaikan pula terhadap penjualan.

Penelitian selanjutnya adalah Ulfah (2013) tentang pengaruh biaya kualitas terhadap laba kotor dengan penjualan sebagai variabel *intervening* pada PT Dirgantara Indonesia, PT PINDAD, dan PT LEN Industri. Dari perhitungan analisis regresi sederhana diperoleh hasil bahwa setiap kenaikan biaya kualitas (X) akan mengakibatkan kenaikan penjualan (Z). Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif antara biaya kualitas terhadap penjualan pada tiga

BUMN industri strategis di kota Bandung. Kemudian, berdasarkan dari perhitungan analisis regresi sederhana yang kedua diperoleh hasil bahwa setiap kenaikan penjualan ( $Z$ ) akan mengakibatkan kenaikan laba kotor ( $Y$ ). Dan dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif antara penjualan terhadap laba kotor pada tiga BUMN industri strategis di kota Bandung.

Dari penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk melakukan pembahasan dan penelitian lebih lanjut terhadap pengaruh biaya kualitas terhadap peningkatan laba bersih melalui penjualan sebagai variabel *intervening*. Pengertian laba menurut Suwardjono (2008) laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa, ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya (biaya total yang melekat kegiatan produksi dan penyerahan barang / jasa). Sedangkan pengertian laba bersih menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah selisih antara jumlah keseluruhan pendapatan dan jumlah keseluruhan biaya di jangka waktu tertentu (<http://kbbi.web.id/laba>, diakses tanggal 25 April 2014). Maka penulis tertarik menggunakan laba bersih karena untuk mengetahui tingkat kinerja akhir perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk petunjuk dalam melakukan investasi atas mengembangkan perusahaannya. Bagi pemilik saham dan atau investor, laba berarti peningkatan nilai ekonomis (*wealth*) yang akan diterima, melalui pembagian dividen, laba juga digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan selama periode tertentu yang pada umumnya menjadi perhatian pihak-pihak tertentu terutama dalam menaksir kinerja atas pertanggungjawaban manajemen dalam pengelolaan sumberdaya yang dipercayakan kepada mereka, serta dapat dipergunakan untuk memperkirakan prospeknya di masa depan (Pohan, 2008). Terutama prediksi terhadap pertumbuhan laba pada periode

mendatang, memberikan manfaat bagi para pemakai laporan keuangan untuk pengambilan keputusan di masa yang akan datang, investor memerlukan informasi prediksi pertumbuhan laba sebagai salah satu faktor pertimbangan untuk pengambilan keputusan investasi pada suatu perusahaan dan manajemen memerlukan informasi pertumbuhan laba untuk mengevaluasi kebijakan-kebijakan yang diterapkan dalam perusahaan (Dwimulyani, 2007). Seperti dinyatakan pada penelitian Ariani (2010) yang dikutip dari Daniarti dan Suhairi (2006), riset akuntansi mengenai laba terutama yang mencari hubungan angka laba dengan harga saham maupun return saham, selalu menggunakan angka laba operasi atau laba per saham (*Earnings Per Share*) yang dihitung menggunakan angka laba bersih dan jarang yang menggunakan angka laba kotor.

Perseroan Terbatas, yang selanjutnya disebut Perseroan, adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya, pasal 1 angka (1) UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Restiti, 2013). Peneliti memilih perusahaan otomotif karena persaingan dunia otomotif sangat ketat (<http://www.beritasatu.com/ekonomi/98570-persaingan-otomotif-di-2013-makin-ketat.html>, diakses tanggal 25 April 2014). PT X yang menjadi objek penelitian ini bergerak di bidang produksi otomotif mobil. Lokasi penelitian di kawasan industri pada kabupaten Cibinong, Bogor, Jawa Barat. Peneliti tertarik untuk meneliti PT X ini karena penjualan yang meningkat dari 3 tahun terakhir yaitu dari tahun 2010 sampai dengan 2012, tetapi laba bersih yang menurun di tahun 2011 dan meningkat secara tajam di tahun 2012. Pada tahun 2011 beban

usaha yang meningkat hampir dua miliar rupiah, maka peneliti ingin melihat dari biaya yang meningkat tersebut apakah ada biaya kualitas di dalamnya yang mempengaruhi peningkatan penjualan pada tahun 2012. Dari hasil wawancara dari narasumber pada PT X dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa kinerja perusahaan meningkat karena peningkatan pada penjualan. Peneliti akan melihat apakah ada pengaruh dari biaya kualitas terhadap laba bersih pada PT X. Dalam memperluas pangsa pasarnya dan mengembangkan perusahaannya, PT X berusaha meningkatkan kualitas sekaligus dapat menghasilkan produk dengan biaya optimum, yaitu biaya yang ditekan serendah mungkin tanpa mengurangi kualitas produk itu sendiri. Tetapi PT X belum mempunyai laporan biaya kualitas, maka peneliti ingin membantu meneliti biaya kualitas produk dengan mengklasifikasikan biaya kualitas melalui laporan biaya kualitas. Untuk menghindari terjadinya duplikasi maka penulis akan menggunakan laba bersih sebagai variabel *dependen*, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan laba kotor sebagai variabel independen, maka penulis akan mengambil judul “Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Peningkatan Laba Bersih Dengan Penjualan sebagai Variabel *Intervening*”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh biaya kualitas terhadap laba bersih pada PT X?
2. Bagaimana pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan pada PT X?
3. Bagaimana pengaruh penjualan terhadap laba bersih pada PT X?
4. Bagaimana pengaruh biaya kualitas terhadap laba bersih yang di *intervening* (diantarai) penjualan pada PT X?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari dilakukannya penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas terhadap laba bersih pada PT X.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan pada PT X.
3. Untuk mengetahui pengaruh penjualan terhadap laba bersih pada PT X.
4. Untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas terhadap laba bersih yang di *intervening* (diantarai) penjualan pada PT X.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Perusahaan yang menjadi objek penelitian:

1. Dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk bagian produksi dan bagian kontrol kualitas yang bermanfaat dalam mengukur atau menilai sejauh mana kualitas yang telah berlangsung di dalam perusahaan yang diharapkan dapat memberi pengetahuan untuk meningkatkan laba bersih dan penjualan dengan mempertahankan kualitas melalui analisis biaya kualitas.