

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketika persaingan pasar sempurna terjadi maka perusahaan akan dituntut menjadi semakin cermat dalam memproduksi barang serta memperhatikan keinginan konsumen akan produk yang dihasilkan. Semakin banyak perusahaan yang sama dalam memproduksi barang yang sejenis, maka perusahaan harus semakin menunjukkan keunggulan produk yang dibuat supaya mempunyai nilai tambah bagi konsumen.

Keunggulan yang ada bisa berwujud harga produk yang relatif murah maupun kualitas produk yang baik. Kedua hal tersebut akan berjalan berlawanan atau bertolak belakang, karena jika barang berkualitas pada umumnya mengakibatkan biaya yang tinggi, walau nantinya dapat memberikan keuntungan dimasa yang akan datang. Oleh sebab itu perusahaan harus cermat dalam mengalokasikan biaya kualitasnya supaya konsumen bisa dipuaskan dalam segi kualitas maupun harga yang dapat terjangkau oleh mereka.

Fenomena yang terjadi sekarang adalah banyaknya produk murah yang beredar di Indonesia, hal tersebut berdampak pada kelayakan produk yang dinikmati oleh konsumen. Arus barang yang semakin bebas pada era liberalisasi perdagangan seperti dikutip dalam *kompas.com*, menuntut konsumen lebih jeli dan teliti. Bukan hanya konsumen yang harus jeli dan teliti, akan tetapi perusahaan yang sebagai produsen harus memberikan pelayanan terbaiknya lewat kualitas produknya. Dengan

kualitas produk yang terbaik maka perusahaan khususnya yang berada di dalam negeri bisa bersaing dengan perusahaan perusahaan luar negeri.

Kualitas produk menjadi salah satu cara dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis. Deming memberikan pendapat tentang definisi kualitas adalah mempertemukan kebutuhan dan harapan konsumen secara berkelanjutan atas harga yang telah mereka bayarkan. Filosofi Deming membangun kualitas sebagai suatu sistem (*Bhat dan Cozzolino, 1993:106*). Kualitas produk akan memberikan kepuasan konsumen. Maka dari itu perusahaan harus memiliki keunggulan yang ditawarkan kepada konsumen, baik dari aspek harga, kualitas maupun pelayanan.

Aspek harga , kualitas produk dan pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan perusahaan. Peningkatan kualitas produk dan jasa akan memberikan keuntungan yaitu perusahaan dapat mempertahankan pangsa pasar dan merebut pangsa pasar baru sebab kualitas yang dihasilkan lebih unggul dibanding dengan perusahaan lain. Hal itu membuat konsumen lebih puas sehingga beralih untuk membeli produk atau jasa yang berkualitas dari perusahaan tersebut. Sisi positif dari produk yang berkualitas bagi perusahaan adalah meningkatnya penjualan perusahaan.

PT Anugerah Bumi Cemerlang adalah salah satu perusahaan barang dan jasa yang memiliki anak perusahaan. Anak perusahaan tersebut bergerak dibidang manufaktur pembuat bahan bangunan. Untuk mempertahankan kelangsungan anak perusahaan PT. Anugerah Bumi Cemerlang maka perusahaan harus menjaga kualitas produk. Dengan kualitas produk yang terjaga maka perusahaan juga bisa bersaing produk dengan perusahaan lain.

Tidak hanya kualitas produk tentunya yang akan menjadi sorotan bagi konsumen untuk menentukan produk mana yang akan dipilih, konsumen juga pasti akan melihat harga produk tersebut. Maka dari itu perusahaan harus menekan biaya produksi dan mengoptimalkan biaya kualitas sehingga bisa memenuhi permintaan konsumen akan barang yang berkualitas dengan harga yang relatif murah dan terjangkau.

Dengan uraian mengenai fenomena bahwa perusahaan harus menciptakan produk yang berkualitas tapi dengan harga yang relatif murah dan terjangkau, hal itu bisa dilakukan dengan pengendalian secara menyeluruh. Dengan begitu keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut akan meningkat sehingga meningkatkan penjualan dari perusahaan tersebut. Maka dari itu penulis ingin mengkaji lebih dengan meneliti **“Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Penjualan PT. Anugerah Bumi Cemerlang”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian yang dilakukan, dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Apakah peningkatan biaya kualitas diikuti juga oleh peningkatan penjualan?
2. Bagaimanakah penggolongan biaya kualitas yang dilakukan oleh PT. Anugerah Bumi Cemerlang?
3. Bagaimana pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan PT. Anugerah Bumi Cemerlang?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah :

1. Untuk mengetahui adanya peningkatan biaya kualitas yang diikuti oleh peningkatan penjualan
2. Untuk mengetahui penggolongan biaya kualitas yang dilakukan oleh PT. Anugerah Bumi Cemerlang
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan PT. Anugerah Bumi Cemerlang

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, hasil penelitian ini menjadi bahan perbandingan antara konsep, teori, dan praktik, dan juga untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan serta meningkatkan pemahaman mengenai biaya kualitas yang dihubungkan dengan penjualan produk, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan pemikiran dalam menilai dan mengevaluasi sistem yang sedang berjalan dalam rangka penyempurnaan, mempertahankan, serta mengembangkan lebih lanjut praktik yang dianggap telah memadai.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan guna memperbaiki kelemahan yang ada pada perusahaan sehingga perusahaan dapat beroperasi lebih baik guna peningkatan penjualan.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga untuk pencapaian tujuan perusahaan, terutama melalui manfaat analisis biaya kualitas untuk mengoptimalkan penjualan perusahaan.
3. Bagi masyarakat, khususnya lingkungan perguruan tinggi, penulis mengharapkan agar usaha penelitian dapat dijadikan sebagai bahan referensi guna menambah informasi.