

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian dunia usaha sekarang semakin hari semakin maju dan berkembang. Hal ini berdampak pada perkembangan usaha yang dijalankan di beberapa kota wilayah Indonesia. Menteri perindustrian memproyeksikan bahwa pada tahun 2013 industri manufaktur akan semakin bertumbuh dengan menerapkan standar nasional Indonesia untuk pengendalian impor pada suatu produk agar dapat mengantisipasi produk cacat dalam perusahaan manufaktur. Masyarakat makin mengerti akan barang-barang yang bermutu dan berkualitas. Kepintaran dan kecakapan masyarakat dalam memilih produk telah membuat manajemen perusahaan harus bertindak agresif dalam membuat strategi untuk menarik minat para pelanggan agar tetap setia dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk memasarkan produknya diantaranya promosi melalui brosur, majalah, koran, radio, maupun iklan di televisi.

Dengan strategi yang matang perusahaan dapat tetap bertahan dan bersaing dengan perusahaan manufaktur lain. Salah satu hal yang menjadi strategi perusahaan adalah dengan memperhatikan kualitas produk. Suatu produk akan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan, bila produk tersebut dapat memberikan kesan yang baik bagi para konsumen sebagai pembeli produk. Produk yang berkualitas merupakan produk yang dapat memberi kepuasan kepada

konsumen sehingga konsumen akan tetap setia menggunakan produk tersebut. Untuk mendapatkan produk yang berkualitas diperlukan berbagai cara dalam mengelola produk yang dihasilkan demi tercapainya produk yang sesuai standar perusahaan tanpa adanya produk cacat.

Produk cacat atau produk gagal akan menyebabkan para konsumen kecewa dan berpindah ke produk lain serta membuat perusahaan kehilangan konsumen dan peluang keuntungan. Perusahaan tidak mengharapkan hal ini terjadi. Maka, perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan sebaik mungkin. Menurut Gantino R., & Erwin (2011) menjelaskan bahwa manajemen perusahaan harus dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, karena hal ini diperlukan dalam menghadapi persaingan usaha, untuk itu perusahaan harus dapat menciptakan produk yang berkualitas tinggi. Kualitas perlu ditingkatkan agar dapat menjadi kunci perjuangan hidup bagi perusahaan.

Dalam melakukan kegiatan operasinya guna meningkatkan kualitas, perusahaan tidak terlepas dari biaya yang dikeluarkan. Informasi biaya akan membantu manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan terkait biaya yang akan dikeluarkan untuk mendapatkan produk yang berkualitas. Biaya merupakan sebuah pengorbanan yang diukur dengan satuan uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang yang berkualitas. Menurut Hansen & Mowen (2009:272) menjelaskan biaya kualitas (*Cost of Quality*) adalah biaya-biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang kualitasnya buruk.

Penjualan merupakan indikator paling penting bagi perusahaan. Menurut Basu Swastha (2001:8) menyatakan bahwa menjual adalah ilmu dan seni

mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkannya. Dalam hal ini, penjual atau perusahaan dapat melakukan penjualan dengan lima cara yaitu *trade selling*, *missionary selling*, *technical selling*, *new business selling* dan *responsive selling*. Proses penjualan dapat meliputi penjualan tunai dan penjualan kredit. Penjualan tunai adalah menjual barang atau jasa yang dibayar dengan uang tunai. Sedangkan penjualan kredit adalah menjual barang atau jasa yang dilakukan secara kredit atau hutang. Dengan produksi produk yang berkualitas akan dapat menarik konsumen untuk terus membeli produk.

Pada umumnya, perusahaan memiliki tujuan utama untuk memperoleh keuntungan dari tiap bisnis yang dikelola. Peningkatan kualitas dapat mengarahkan pada keunggulan pasar yang signifikan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Menurut Hansen & Mowen (2009:68) bahwa peningkatan kualitas dapat meningkatkan profitabilitas melalui dua cara yaitu dengan meningkatkan permintaan pelanggan dan dengan mengurangi biaya.

Profitabilitas juga dapat dijadikan alat ukur dari kinerja perusahaan dalam melaksanakan operasi bisnisnya. Siswanto Sutojo (2000:56) dalam Mathius,dkk (2010) mengungkapkan pengertian dan pentingnya profitabilitas bagi perusahaan dengan menyebutkan :

“bahwa operasi bisnis perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila dari masa ke masa dapat mengumpulkan keuntungan secara memadai demi melanjutkan kelangsungan usaha perusahaan”.

Dengan tingkat profitabilitas perusahaan yang memadai akan membantu meningkatkan kepercayaan para investor dan kreditur dalam menyediakan fasilitas pinjaman untuk perusahaan. Biaya kualitas merupakan faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan penjualan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk menarik judul **”Pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan dan profitabilitas perusahaan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dan diteliti yaitu bagaimana pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan dan profitabilitas perusahaan.

C. Hipotesis Penelitian

Dari permasalahan penelitian yaitu mengenai pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan dan profitabilitas perusahaan, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1 : Biaya kualitas berpengaruh terhadap penjualan.

H2 : Biaya kualitas berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari biaya kualitas terhadap tingkat penjualan dan profitabilitas perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa kalangan di bawah ini :

1. Perusahaan, dapat membantu perusahaan dalam menciptakan produk yang berkualitas dengan evaluasi biaya kualitas namun tetap mengutamakan kualitas produk yang dihasilkan.
2. Masyarakat, penelitian ini dapat membantu masyarakat yang ingin menciptakan usaha atau meneruskan usaha yang telah dijalankan dengan memperhatikan biaya untuk perbaikan kualitas produk.
3. Peneliti selanjutnya, dapat dijadikan referensi atau gambaran untuk mengembangkan penelitian yang akan dilakukan terkait dengan pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan dan profitabilitas.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *survey* lapangan terhadap perusahaan manufaktur yang ada di kota Palembang dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para manajer di perusahaan manufaktur.

2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek yang karakteristiknya akan diuji. Populasi dari penelitian yang akan dilakukan adalah seluruh manajer yang bekerja di perusahaan manufaktur kota Palembang. Sedangkan sampel dari penelitian ini

adalah para manajer yang bekerja di perusahaan yang diambil berdasarkan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan berdasarkan kriteria tertentu.

3. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan mengumpulkan data melalui sumber utama yaitu manajer yang bekerja di perusahaan manufaktur . Data yang diteliti dan diolah adalah data yang disesuaikan dengan kebutuhan peneliti. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner berupa pernyataan dengan jawaban yang telah disediakan oleh penulis. Sehingga memudahkan sumber data atau responden untuk memberikan jawaban terhadap kuesioner.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan model regresi sederhana. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 15. Sebelum melakukan pengujian hipotesis, peneliti perlu untuk melakukan pengujian validitas dan pengujian reliabilitas untuk menguji apakah data yang akan diolah valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

H. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori mengenai variabel yang dipermasalahkan dalam penelitian ini. Variabel yang dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai biaya kualitas, penjualan, dan profitabilitas perusahaan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menerangkan tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, Teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan tehnik analisis data, serta model penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai proses penganalisaan data yang dikumpulkan meliputi data penelitian, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan terhadap pengujian hipotesis.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab yang terakhir ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan keterbatasannya dalam melakukan penelitian serta memberikan saran-saran yang membangun bagi pihak yang berkepentingan.