

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi ekonomi dunia saat ini membuat manajemen perusahaan saling bersaing dan berkompetisi dalam berbisnis. Kompetisi yang semakin meningkat ini secara langsung memberikan tekanan kepada perusahaan untuk senantiasa meningkatkan kualitas produknya baik itu barang maupun jasa dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin meningkatnya persaingan dalam dunia usaha maka semakin banyak perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Bagi perusahaan selain laba merupakan hal yang harus diperhatikan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dengan meningkatnya kualitas dapat memperbaiki keuangan perusahaan dan posisi persaingan. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk yang baik dan tetap mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Biaya kualitas adalah biaya yang mengacu pada biaya-biaya yang terjadi untuk mencegah atau biaya-biaya yang timbul sebagai hasil dari memproduksi suatu produk yang berkualitas. Perbaikan kualitas produk sangat penting, sehingga produk dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi, akan tetapi konsumen lebih menginginkan produk yang harga kompetitif tetapi berkualitas baik.

Produk dengan kualitas yang sesuai dengan yang distandarkan perusahaan diperoleh dengan mengadakan pengawasan bahkan sebelum proses produksi dimulai. Pemrosesan dilanjutkan dengan menghasilkan produk jadi sebagai hasil produksinya yang diharapkan mempunyai nilai jual yang lebih

tinggi dari pada sebelum diproses. Kemampuan dalam mengendalikan operasi dipakai perusahaan secara efektif dan efisien terutama yang menyangkut dengan peningkatan laba yang dijadikan sebagai evaluasi manajemen perusahaan dan sebagai dasar pengambilan keputusan oleh pemimpin.

Biaya distribusi merupakan biaya yang berhubungan dengan kegiatan, mulai dari saat barang-barang yang di beli/di produksi sampai barang-barang tiba di tempat pelanggan. Biaya distribusi menjadi sangat penting bagi perusahaan, secara umum dapat dikatakan bahwa biaya produksi telah semakin menurun, sedangkan biaya distribusi semakin naik. Sampai tingkat tertentu, kenaikan biaya penjualan yang menyebabkan peningkatan volume penjualan telah memungkinkan perusahaan mencapai efisiensi yang lebih besar.

Setiap perusahaan perlu mengenali cara alternatif untuk mencapai pasar sasaran. Cara yang tersedia mulai dari pemasaran langsung sampai dengan penggunaan satu atau lebih tingkat saluran distribusi. Namun karena perubahan lingkungan bisnis, saluran distribusi juga menghadapi perubahan-perubahan. Kecenderungan perubahan saluran distribusi adalah apakah perusahaan menggunakan sistem pemasaran vertikal, konvensional, atau campuran. kecenderungan perubahan ini dapat mengakibatkan bentuk kerjasama, konflik yang mungkin timbul dan persaingan antara anggota saluran distribusi.

Keberhasilan suatu perusahaan tidak dapat dicapai begitu saja tanpa adanya usaha yang maksimal dari usaha perusahaan yang bersangkutan. Usaha yang dapat ditempuh oleh perusahaan antara lain dengan jalan menentukan tujuan yang pasti yang harus ditentukan dengan tepat dan metode pencapaiannya harus direncanakan serta dilakukan dengan semestinya.

Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen, tingkat profitabilitas akan menggambarkan posisi laba perusahaan. Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Profitabilitas tidak terbatas hanya pada pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak luar perusahaan, terutama pihak – pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

Perusahaan agar dapat mempertahankan aktivitas operasi dan manajemen yang baik, maka harus terus melakukan perbaikan dari periode ke periode. Perbaikan itu diantaranya adalah kualitas produk, inovasi, ketepatan waktu saat produksi, dan memangkas biaya yang tidak perlu terjadi. Perusahaan harus memperluas pangsa pasarnya agar bisa mencapai penjualan produk hingga ke luar negeri, dengan mengikuti standar kualitas internasional.

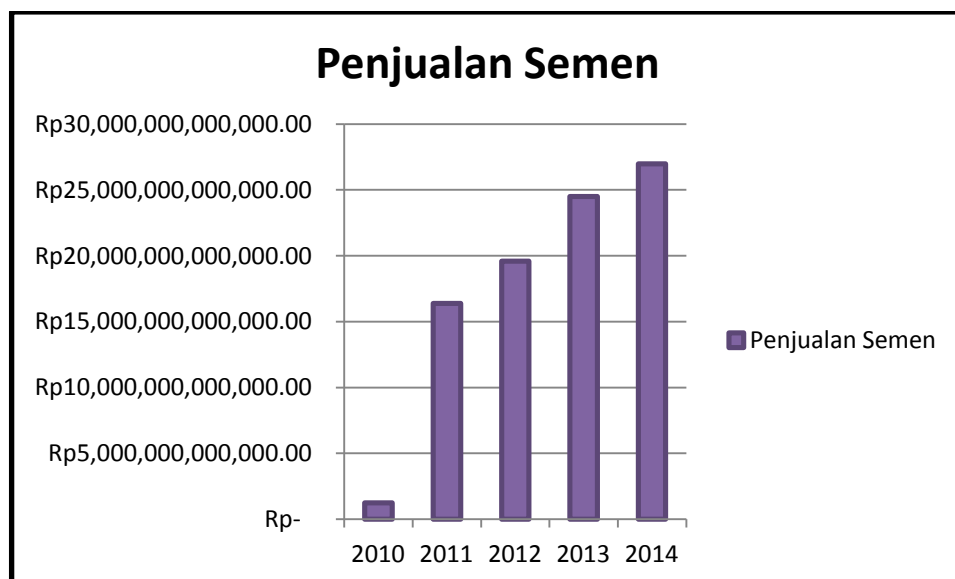
Selain itu perusahaan juga harus mempunyai perencanaan yang strategis yang dapat digambarkan sebagai sebuah metode untuk mencapai sebuah tujuan dengan mengantisipasi hal yang akan terjadi dan menentukan tindakan yang perlu dilakukan. Kebutuhan akan perencanaan didalam bisnis adalah mengetahui posisi perusahaan, dan posisi yang akan datang, serta bagaimana proses untuk mencapai posisi yang akan datang tersebut.

PT.Semen Indonesia Persero (Tbk) sebagai salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak pada sektor persemenan di kota Gresik. PT.Semen

Indonesia Persero(Tbk) sebagai produsen semen yang menguasai pasar semen nasional akan semakin mewaspadai persaingan dan tantangan yang ada tersebut. Untuk itu segala bentuk manfaat dan kelebihan produk yang dihasilkan harus selalu dikomunikasikan dalam bentuk bauran promosi yang tepat sehingga konsumen tidak akan berpindah menggunakan produk lain. Adanya biaya kualitas dan distribusi untuk dapat mengetahui profitabilitas perusahaan yang dilaksanakan oleh PT.Semen Gresik (Persero)Tbk.

Gambar 1.1

Penjualan Semen Periode 2010-2014



Sumber : PT. Semen Indonesia Persero (Tbk)

Dari gambar 1.1 dapat dilihat penjualan semen pada PT. Semen Indonesia persero (Tbk) mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan produk pada PT. Semen Indonesia Persero (Tbk) diminati oleh konsumen, dalam hal ini konsumen lebih menginginkan produk dengan harga kompetitif tetapi berkualitas baik.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ada korelasi antara biaya kualitas dengan tingkat ROA di perusahaan PT. Semen Indonesia Persero (Tbk)?
2. Apakah ada korelasi antara biaya kualitas dengan tingkat ROE di perusahaan PT. Semen Indonesia Persero (Tbk)?
3. Apakah ada korelasi antara biaya distribusi dengan tingkat ROA di perusahaan PT. Semen Indonesia Persero (Tbk)?
4. Apakah ada korelasi antara biaya distribusi dengan tingkat ROE di perusahaan PT. Semen Indonesia Persero (Tbk)?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara biaya kualitas dengan tingkat ROA di perusahaan PT. Semen Indonesia Persero (Tbk)
2. Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara biaya kualitas dengan tingkat ROE di perusahaan PT. Semen Indonesia Persero (Tbk)
3. Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara biaya distribusi dengan tingkat ROA di perusahaan PT. Semen Indonesia Persero (Tbk)
4. Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara biaya distribusi dengan tingkat ROE di perusahaan PT. Semen Indonesia Persero (Tbk)

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberikan informasi berkaitan dengan biaya kualitas dan biaya distribusi yang dapat digunakan dalam menetapkan kebijakan-kebijakan di masa yang akan datang terhadap profitabilitas perusahaan.

2. Bagi penulis

Menambah wawasan keilmuan serta memberikan manfaat dalam hal implementasi dan penerapan teori akuntansi terutama mengenai biaya kualitas dan biaya distribusi pada perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Dapat digunakan untuk menambah wawasan pengetahuan terapan dan juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi atau pembandingan yang dapat membantu dalam pengembangan penelitian sejenis.