

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1.1
Logo PT. INTI

PT Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) atau biasa disingkat PT INTI adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang telekomunikasi. PT INTI diresmikan pada tanggal 30 Desember 1974. Kantor Pusat PT INTI bertempat di Jl. Moch. Toha No. 77 Bandung 40253. *Stakeholders* PT INTI diantaranya adalah anggota “*THE BIG FOUR*” operator telekomunikasi di Indonesia yaitu Telkom, Indosat, Telkomsel dan XL.

PT INTI mulai mencari peluang-peluang bisnis dalam industri *Information Technology* (IT), termasuk kemungkinan untuk bergabung dalam usaha mewujudkan salah satu mimpi dan tantangan terbesar Indonesia saat ini yaitu membuat *PC notebook* murah. Sejak berkembangnya tren konvergensi antara teknologi telekomunikasi dan teknologi informasi, PT INTI telah melakukan perubahan orientasi bisnis yang semula berbasis murni manufaktur menjadi sebuah industri yang berbasis solusi kesisteman, khususnya dalam bidang sistem infokom dan integrasi teknologi. PT INTI mengangani solusi dan layanan integrasi jaringan tetap maupun seluler, konten IT serta mengembangkan produk-produk telekomunikasi dan informasi lainnya.

Visi PT INTI bertujuan menjadi pilihan pertama bagi pelanggan dalam mentransformasikan “MIMPI” menjadi “KENYATAAN”. Dalam hal ini

“MIMPI” diartikan sebagai keinginan atau cita-cita bersama antara PT INTI dan pelanggannya, bahkan seluruh *stakeholder* perusahaan.

Misi PT INTI adalah menjadi pelopor nasional dalam memenuhi kebutuhan dalam bidang telekomunikasi dan elektronika profesional baik piranti keras (*hardware*) maupun piranti lunak (*software*) dalam menunjang infrastruktur nusantara dan stabilitas nasional. Misi PT INTI sebagai berikut:

1. Fokus bisnis tertuju pada kegiatan jasa *engineering* yang sesuai dengan spesifikasi dan permintaan konsumen.
2. Memaksimalkan *value* (nilai) perusahaan serta mengupayakan *growth* (pertumbuhan) yang berkesinambungan.
3. Berperan sebagai *prime mover* (penggerak utama) bangkitnya industri dalam negeri.

Selama tiga tahun terakhir PT INTI menangani solusi dan layanan jaringan tetap serta mengembangkan produk-produk, antara lain: PUMC (*INTI Power Utilities Monitoring & Control*); sebuah sistem terpadu untuk memonitor dan mengontrol besaran daya yang didukung oleh sistem alarm sebagai solusi untuk pelaporan yang *real time*, mengatasi keterbatasan personil maupun hambatan transportasi. I-Perisalah (*Speech to Text Transcripitor*); sebuah sistem solusi yang dapat digunakan untuk membuat salinan dari sebuah pertemuan (pidato, presentasi, rapat dan lain sebagainya) dengan menggunakan suatu teknologi yang dapat mengidentifikasi suara untuk mencatat seluruh dialog secara otomatis. INTI SmartPBX; sebuah aplikasi untuk komunikasi berbasis IP (*Internet Protocol*). Aplikasi ini berfungsi untuk konvergensi layanan komunikasi yang meliputi suara, data dan video (sumber: *website* resmi PT. INTI, www.inti.co.id)

PT INTI sebagian besar membeli bahan baku dari luar negeri. Setelah membeli barang, lalu barang dikirim ke perusahaan, dilakukan *set up* (pemasangan komponen-komponen), dan dilakukan uji coba kehandalan.

Hampir semua komponen produk-produk PT INTI dirakit diatas *Printed Circuit Board (PBC)*.

Kuangan PT INTI bersifat otonomi, dana dari pemerintah dialokasikan sebagai dana cadangan yang bermanfaat untuk investasi dan pengembangan perusahaan. Keputusan investasi ditujukan untuk menghasilkan hubungan kebijakan yang berhubungan dengan kebijakan pengalokasian, sumber dana secara optimal, kebijakan modal kerja, kebijakan investasi yang berdampak kepada strategi perusahaan yang lebih luas.

PT. INTI dipilih penulis menjadi objek penelitian karena beberapa pertimbangan. Mulai dari ketersediaan data hingga kesesuaian data dengan tema penelitian.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat telah menciptakan iklim persaingan bisnis yang ketat diantara para pelaku pasar dalam menjalankan usahanya. Hal ini menyebabkan diperlukan berbagai strategi yang dapat menunjang kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan untuk membantu proses perkembangan usahanya. Selain itu tujuan utama suatu perusahaan menurut Irawan (2006), adalah mencapai laba atau keuntungan yang semaksimal mungkin, tetapi bukan semata-mata laba dalam sesaat, melainkan dalam jangka waktu yang panjang dimana dalam hal ini erat kaitannya dengan kontinuitas perusahaan. Dalam mencapai hal ini perusahaan dituntut untuk memberikan produk atau barang dengan harga yang bersaing namun tetap mengedepankan kualitas. Kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan pelanggan. Konsumen akan memilih para penyedia barang atas dasar kualitas barang yang ditawarkan dan efek yang di dapat setelah menerima barang, mereka membandingkannya dengan apa yang dikehendaki. Jika kenyataan yang dirasakan berada di bawah yang diharapkan, konsumen akan

kehilangan kepercayaan kepada penyedia barang. Jika kenyataan yang dirasakan sesuai dengan mutu yang dikehendaki, mereka akan terus menggunakan barang yang ditawarkan penyedia barang tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memahami keinginan konsumen dalam hal kualitas barang.

Membahas mengenai pengukuran terhadap kualitas, tidak akan terlepas dengan aspek kuantitatif yang ada, yaitu mengenai biaya kualitas (*cost of quality*). Yang dimaksud dengan biaya kualitas Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer (2006:82), “aktivitas pencegahan, deteksi, dan aktivitas lain yang berkaitan dengan produk cacat memakan biaya yang sering disebut sebagai biaya kualitas.”

Menurut Sitanggang dan Carolina (2010), biaya kualitas ini merupakan salah satu alat untuk menerjemahkan bahasa kualitas ke dalam bahasa yang dapat dikuantifikasikan sehingga memudahkan dalam pengukurannya. Biaya kualitas juga dapat memberikan cerminan akan nilai suatu barang. Semakin tinggi kualitas barang, bisa semakin tinggi nilainya, begitu pun sebaliknya. Namun dalam hal ini, biaya kualitas masih dapat disiasati sebagai suatu strategi meningkatkan kualitas tanpa harus mengeluarkan biaya banyak.

Perusahaan yang memilih untuk bersaing melalui harga yang rendah bukan berarti memilih untuk memproduksi dengan kualitas rendah. Harga yang rendah tetap harus memenuhi harapan pelanggan. Sama halnya dengan itu, strategi diferensiasi akan tidak efektif jika perusahaan gagal untuk membangun kualitas dalam produknya. Sementara itu kualitas suatu produk atau jasa dapat diukur secara finansial maupun non finansial. Kuantifikasi kualitas ke dalam satuan uang memunculkan adanya istilah biaya kualitas, menurut Hansen dan Mowen (2009:272).

Menurut Kepala Urusan Akuntansi PT. INTI (Persero), Yayat Ruhiyat, biaya kualitas yang terjadi dalam perusahaan dapat digunakan untuk

mengetahui sampai sejauh mana fungsi sistem pengendalian kualitas yang diterapkan oleh perusahaan. Semakin rendahnya biaya kualitas menunjukkan semakin baiknya program perbaikan kualitas yang dijalankan oleh perusahaan. Dan tentunya semakin baik kualitas yang dihasilkan secara tidak langsung dapat meningkatkan jumlah konsumen dan nilai penjualan. Meningkatnya penjualan dengan semakin menurunnya biaya yang dikeluarkan maka tentu akan meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan.

Dalam melakukan peningkatan kualitas produk yang dihasilkan, PT. INTI memiliki beberapa biaya yang dibebankan dalam rangka peningkatan kualitasnya. Mulai dari biaya pencegahan sampai biaya kegagalan eksternal. Mulai dari pembinaan atau pelatihan sumber daya manusia yang terampil dalam menjalankan operasi bisnisnya, hingga tanggung jawab ke konsumen ketika ada produk rusak yang sampai ke tangan konsumen, menurut Yayasan Ruhiyat. Namun dalam rangka peningkatan biaya kualitas tersebut berimbas pada laba yang dihasilkan perusahaan. Seperti yang terjadi pada PT. INTI, profitabilitasnya cenderung fluktuatif. Hal tersebut terlihat pada Lampiran 7 mengenai Tabel Perubahan Profitabilitas PT. INTI tahun berjalan 2005 sampai 2009.

Merujuk pada paparan sebelumnya bahwa biaya kualitas sebagai ukuran kuantitatif yang dipergunakan untuk mengukur kualitas dan pengaruhnya terhadap tingkat profitabilitas, maka penulis tertarik untuk membahas dan meneliti lebih lanjut mengenai seberapa besar pengaruh biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas PT. INTI (Persero) serta untuk mengetahui apakah dengan adanya biaya kualitas yang dikeluarkan oleh perusahaan akan memberikan andil terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan atau tidak.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai masalah tersebut dengan judul: **“PENGARUH BIAYA KUALITAS TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (STUDI PADA PT. INTI PERSERO PERIODE TAHUN 2005-2009)”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan biaya kualitas perusahaan?
2. Bagaimana kondisi profitabilitas perusahaan ?
3. Bagaimana pengaruh biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan permasalahan yang ada maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan perusahaan dalam hal pembebanan biaya kualitas.
2. Untuk mengetahui kondisi profitabilitas perusahaan.
3. Untuk menguji bukti empiris bahwa biaya kualitas berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoretis

- 1) Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan referensi empiris berkaitan dengan pengaruh biaya kualitas terhadap profitabilitas.

- 2) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini merupakan media untuk belajar memecahkan sumbangan pemikiran berdasarkan disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.

1.5.2 Aspek Praktis

- 1) Bagi perusahaan, untuk membantu dalam memberikan informasi mengenai penerapan biaya kualitas dan pengaruhnya terhadap profitabilitas
- 2) Bagi Institut Manajemen Telkom, menambah buku referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang bersangkutan dalam memerlukan informasi mengenai biaya kualitas dan profitabilitas.
- 3) Bagi penulis, agar dapat lebih memahami dan mencoba untuk menerapkan ilmu yang pernah penulis terima untuk mempraktekkannya langsung ke lapangan kerja.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKAN DAN PENELITIAN TERDAHULU

Bab Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu berisi tentang rangkuman teori, penelitian terdahulu sejenis, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab Metode Penelitian berisi tentang jenis penelitian, variabel operasional penelitian yang digunakan, tahap penelitian, penentuan populasi dan sampel, pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab Hasil Penelitian dan Pembahasan berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab Kesimpulan dan Saran berisi tentang kesimpulan yang diberikan berkaitan dengan penelitian ini dan saran yang akan diberikan.