

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis yang semakin ketat akan berdampak pada ketatnya seleksi perusahaan yang tetap bertahan atau memenangkan persaingan. Terjadinya pergeseran kekuasaan pasar dari produsen ke konsumen, menyebabkan konsumen memiliki kekuatan untuk menentukan cara memenuhi kebutuhannya. Perusahaan harus sadar bahwa sebenarnya penghasilan (penjualan) yang diperoleh merupakan akibat dari kemampuannya dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan jaminan atas loyalitas pelanggan kepada produk perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan dipengaruhi oleh tingkat kepuasan pelanggan (Customer satisfaction) yang dapat dicapai perusahaan dengan menciptakan nilai pelanggan (Customer value) yaitu selisih antara pengorbanan dan manfaat yang diperoleh pelanggan.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Hansen dan Mowen (2001 : 962) yang menyatakan bahwa “dalam dua decade terakhir, kualitas menjadi dimensi kompetisi yang penting baik untuk perusahaan manufaktur maupun jasa”. Program perbaikan kualitas merupakan aktivitas yang membutuhkan biaya yang dikenal dengan istilah biaya kualitas. Biaya kualitas didefinisikan sebagai biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas produk atau mencapai standar kualitas yang telah diterapkan. Besarnya biaya kualitas tergantung dari desain kualitas produk yang direncanakan.

Untuk dapat bertahan dan bersaing dalam persaingan lokal dan internasional yang semakin ketat ini masalah biaya mendapat perhatian khusus. Untuk itu perlu dicermati antara biaya produksi dengan biaya kualitas mana yang lebih berpengaruh terhadap kinerja badan usaha yang umumnya diukur melalui tingkat penjualan.

Banyak upaya dilakukan oleh badan – badan usaha untuk dapat menekan biayanya seefisien mungkin, tetapi tidak jarang penekanan biaya tersebut mempunyai pengaruh buruk terhadap kualitas. Penerapan biaya kualitas juga dilakukan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, Medan. Namun biaya kualitas yang ada di PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk Medan ini belum dibuat laporan secara tersendiri atau tidak secara khusus diklasifikasikan dan masih terdapat dalam laporan dan perhitungan biaya-biaya lainnya. Pengelompokan biaya kualitas yang ada di PT. Indofood ini yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal.

Berdasarkan pemaparan diatas, bahwa biaya kualitas memiliki pengaruh terhadap tingkat pertumbuhan penjualan, maka peneliti tertarik untuk membahas dan meneliti lebih lanjut mengenai seberapa besar pengaruh biaya kualitas terhadap tingkat pertumbuhan penjualan dengan judul **“Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Pertumbuhan Penjualan Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, Medan”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut **“Bagaimanakah pengaruh**