

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan yang semakin tajam pada era globalisasi ini ditambah dengan perubahan selera konsumen, kemajuan teknologi, serta perubahan sosial ekonomi memunculkan tantangan-tantangan dan peluang dalam bisnis. Perusahaan harus dapat memanfaatkan kemampuan yang dimiliki agar dapat memenangkan persaingan dan memperoleh *profit* semaksimal mungkin yang merupakan salah satu tujuan didirikannya perusahaan. Literatur strategi manufaktur menunjukkan bahwa kualitas produk sebagai salah satu prioritas bersaing utama untuk memperoleh manfaat bersaing adalah sesuatu yang dapat didukung (Hill, 1997).

Persaingan yang semakin ketat dan semakin berkembangnya ekspektasi pelanggan mendorong perusahaan untuk lebih memfokuskan pada upaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Mempertahankan pasar yang ada melalui pengembangan loyalitas pelanggan merupakan tujuan strategik perusahaan untuk mempertahankan bisnis dan profit mereka (Aminee, 1998 dalam Rully 2006). Loyalitas pelanggan memberikan dampak yang signifikan bagi profitabilitas perusahaan. Dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan merupakan basis penting bagi pengembangan *sustainable competitive advantage* (keunggulan bersaing

yang berkelanjutan), yaitu keunggulan yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran (Dick dan Basu, 1994 dalam Rully 2006).

Pelanggan yang loyal kemungkinan akan menunjukkan sikap dan perilaku positif, seperti pembelian ulang merek yang sama dan rekomendasi positif yang dapat mempengaruhi pelanggan aktual maupun potensial. Diakui bahwa loyalitas pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan berkenaan dengan *entry barrier* yang *substansial* bagi pesaing, meningkatkan penjualan dan pendapatan, serta menjadikan pelanggan kurang sensitif terhadap usaha-usaha yang dilakukan oleh pesaing (Delgado-Ballester dan Munuera-Alemán, 2001 dalam Rully 2006) .

Perusahaan akan mendapat kepercayaan dari masyarakat dan kemenangan dalam persaingan. Melalui kondisi seperti ini perusahaan-perusahaan industri dapat termotivasi untuk lebih memperhatikan kualitas. Perhatian penuh pada kualitas akan memberikan dampak pada dunia industri di dalam memenangkan kompetisi bisnis. Kualitas produk sebagai salah satu dari prioritas persaingan utama untuk mencapai keunggulan bersaing yang *sustainable* ( Hill, 1997). Untuk meningkatkan kualitas daya saing produk, perusahaan manufaktur di Indonesia pada umumnya dan di daerah Kota Industri (Surabaya, Sidoarjo Gresik dan Probolinggo) khususnya, perlu fokus pada kualitas.

Dengan berfokus pada kualitas , perusahaan dapat mengakses pasar baik nasional, internasional atau regional dan memberikan perlindungan kepada pelanggan. Jadi perlu sekali untuk mengamati kualitas produk melalui proses sertifikasi produk dengan menggunakan SNI (Standar Nasional Indonesia). Dengan menggunakan sertifikasi ini berarti perusahaan atau produsen berhak

untuk menggunakan tanda SNI untuk produk yang dihasilkan tertentu, dan menjamin bahwa produk telah memenuhi standar yang ditetapkan.

Standar Nasional Indonesia (SNI), membantu menyediakan bahasa dan ukuran sama yang mengurangi waktu pemasaran produk dan keyakinan antar pelaku. Standar juga membantu pengurangan biaya produksi karena optimalisasi desain dan pengembangan produk. Keamanan produk juga dapat didukung oleh standar karena standar membatasi risiko dan menyesuaikan dengan aturan yang ada. Standar juga terbukti mendatangkan manfaat dalam mendorong terbukanya akses ke pasar global.

Perhatian penuh pada kualitas akan memberikan dampak positif kepada bisnis yaitu dampak terhadap biaya produksi dan terhadap kinerja keuangan. Dampak terhadap biaya produksi terjadi melalui proses pembuatan produk yang memiliki derajat konformansi (*conformance*) yang tinggi terhadap standar-standar sehingga bebas dari tingkat kerusakan yang mungkin. Proses produksi yang memperhatikan kualitas akan menghasilkan produk berkualitas yang bebas dari kerusakan yang berarti menghindarkan perusahaan pada pemborosan (*waste*) dan inefisiensi sehingga ongkos produksi per unit menjadi rendah. Rendahnya ongkos produksi per unit akan membuat harga produk menjadi lebih kompetitif. Dampak terhadap kinerja keuangan dapat terjadi melalui peningkatan pada penjualan atas produk berkualitas yang dibuat melalui suatu proses berkualitas. Kualitas produk akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan atas penggunaan produk tersebut.

Setiap pelanggan akan memaksimalkan utilitasnya dalam mengonsumsi produk sehingga produk-produk berkualitas tinggi pada harga kompetitif yang

akan dipilih oleh pelanggan. Semua produk diproduksi dan diserahkan kepada pelanggan melalui suatu proses produksi. Proses produksi perlu ditingkatkan kinerjanya secara terus menerus agar mampu memuaskan pelanggan secara terus menerus pula, dimana selera atau kebutuhan pelanggan selalu berubah. Di dalam tahap proses produksi setiap perusahaan harus fokus pada *scrap*, *rework*, *defect*, serta reliabilitas sebelum pengiriman produk. Dengan menurunnya tingkat *scrap*, *rework*, *defect* dan meningkatnya tingkat reliabilitas produk maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Rovila 2010).

Tujuan perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang pada umumnya adalah untuk meningkatkan kinerja keuangan. Peningkatan kinerja keuangan sebagai upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan memperluas perusahaan sesuai dengan konsep *going concern* (usaha berlanjut). Kinerja keuangan yang baik ditunjukkan dengan adanya peningkatan dalam pertumbuhan penjualan, *Return on Sales* (ROS), *Return on Asset* (ROA), *Return on Investment* (ROI) dan *Return on Equity* (ROE). Kinerja keuangan yang meningkat dapat dicapai jika perusahaan mampu bertindak efisien dan efektif.

Semakin tinggi kualitas maka akan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan semakin tinggi *conformance* berarti dapat menurunkan tingkat garansi yang diklaim, tuntutan hukum dan komplain pelanggan sehingga biaya menurun dan akan berdampak peningkatan pertumbuhan penjualan dan profitabilitas (*return on sales*) perusahaan.

Rendahnya garansi yang diklaim, tuntutan hukum, komplain pelanggan berarti kualitas eksternal produk meningkat. Kualitas eksternal produk yang merupakan proksi kepuasan pelanggan juga meningkat. Beberapa studi sebelumnya telah menemukan hubungan yang positif antara kualitas eksternal dari produk yang di proksi oleh kepuasan pelanggan dan perubahan kinerja keuangan (Ittner dan Larcker, 1998a dan 1997; Shetty, 1998;. Jacobs et al, 1998; Banker et al. , 2000; Sedatole, 2003; Behn dan Riley, 1999 dalam Rovila 2010).

Menurut ( Jones dan Sasser, 1994:745 dalam Trisno 2004) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan. Jika hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan adalah positif, maka kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan yang meningkat ditandai dengan menurunnya komplain pelanggan , garansi yang diklaim, tuntutan hukum maka akan meningkatkan pangsa pasar, pertumbuhan penjualan, profitabilitas (*Return on sales*), *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Return on Investment* (ROI).

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan masalah yang sangat penting untuk dikaji terutama bagi perusahaan manufaktur pemegang SNI produk di kota industri (Surabaya, Sidoarjo, Gresik dan Probolinggo) terkait dengan kualitas internal produk, kualitas eksternal produk dan loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi perubahan kinerja keuangan perusahaan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- 1.) Apakah kualitas internal produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur pemegang SNI produk di kota industri ?
- 2.) Apakah kualitas eksternal produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur pemegang SNI produk di kota industri ?
- 3.) Apakah Loyalitas Pelanggan berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan Manufaktur pemegang SNI produk di kota industri ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas internal produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur pemegang SNI produk di kota industri.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas eksternal produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur pemegang SNI produk di kota industri.
3. Untuk mengetahui apakah loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur pemegang SNI produk di kota industri.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Banyak manfaat yang dapat diperoleh oleh banyak pihak jika penelitian ini berhasil dilaksanakan :

1.) Bagi Peneliti

Dapat mengetahui apakah kualitas internal produk, kualitas eksternal produk dan loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap perubahan kinerja keuangan perusahaan manufaktur pemegang SNI produk di kota industri.

2.) Bagi Perusahaan Manufaktur pemegang SNI produk

Dapat mengetahui seberapa besar kualitas internal produk, kualitas eksternal produk dan loyalitas pelanggan, berpengaruh terhadap perubahan kinerja keuangan perusahaan untuk menjaga dan memperpanjang kontinuitas perusahaan.

3.) Bagi STIE Perbanas Surabaya

Dapat memberikan sebuah pengetahuan baru mengenai penelitian ini kepada mahasiswa STIE Perbanas Surabaya lainnya agar dapat memiliki wawasan dan pengetahuan yang lebih tentang penelitian ini.

4.) Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan dapat dipakai sebagai acuan bagi rekan mahasiswa lain dalam penelitian selanjutnya yang mengambil topik yang sama.

## **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab yang membahas permasalahan mengenai Akuntansi Manajemen, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I           PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan tentang latar belakang melakukan penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan tentang beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, teori-teori yang terkait untuk menunjang penelitian ini serta kerangka pemikiran penelitian. Teori diuraikan secara sistematis yang disusun mulai dari teori yang bersifat umum menuju teori yang khusus yang dapat mengantar peneliti untuk menyusun kerangka pikiran yang ada pada akhirnya dapat diformulasikan menjadi hipotesis penelitian.

### **BAB III          METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dijelaskan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data



**BAB IV                    GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Dalam bab ini akan dijelaskan gambaran dari subyek yang diteliti dan analisis data, yaitu hasil pengujian kuantitatif dengan SPSS dan kemudian diinterpretasikan

**BAB V                    KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian berikut saran-saran yang akan diberikan oleh peneliti terkait dengan penelitian yang nantinya akan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.