

**PENGARUH KUALITAS INTERNAL DAN EKSTERNAL PRODUK TERHADAP
KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
MANUFAKTUR PEMEGANG SNI PRODUK
DI KOTA INDUSTRI
(SURABAYA, SIDOARJO & GRESIK)**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Strata Satu

Jurusan Akuntansi



Oleh :

ACHMAD CHOIRUL AZMI

2009310088

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2013

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Achmad Choirul Azmi
Tempat, Tanggal lahir : Gresik, 16 Agustus 1991
: 2009310088
N.I.M : Akuntansi
Jurusan : Strata I
Program Pendidikan : Akuntansi Manajemen
Konsentrasi : Pengaruh Kualitas Internal Dan Eksternal Produk
: Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan
Judul : Manufaktur Pemegang SNI Produk Di Kota
: Industri (Surabaya, Sidoarjo & Gresik)

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

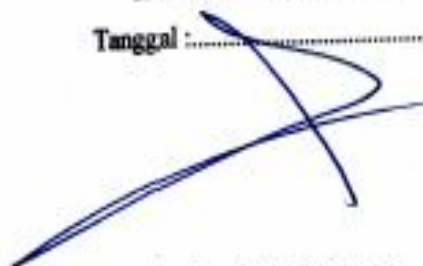
Tanggal :



Dr. Dra. Rovina El Maghviroh, M.Si, Ak, CMA

Ketua Jurusan Akuntansi,

Tanggal :



Supriyati, SE. M.Si. Ak

The Effect Internal and External Quality of Products Towards Financial Performance in Manufacturing Companies holding SNI Product In City of Industries (Surabaya, Sidoarjo and Gresik)

Achmad Choirul Azmi
STIE Perbanas Surabaya
2009310088@students.perbanas.ac.id
Jl. Nginden Semolo 34 – 36, Surabaya

ABSTRACT

This study aimed to investigate the effect of internal and external quality of products and towards financial performance in manufacturing companies holding (Indonesian National Standard) products in city of Industries (Surabaya, Sidoarjo and Gresik). Based on these objectives, methods of data collection in this study is use a Complete Enumeration method to choose all elements of the population into the sample holder of SNI products manufacturing company. The data about internal quality of products, external quality of products and financial performance is obtained through a questionnaire on the quality managers, accounting managers, marketing managers and production managers of manufacturing companies holder of SNI In Surabaya, Sidoarjo and Gresik City. The totals of managers is 33 in 11 companies. The results showed that the internal quality of products do effect to the financial performance and external quality of products do not affect the financial performance.

Keyword : Internal Quality Products, External Quality Products and Financial Performance.

PENDAHULUAN

Seiring dengan persaingan bisnis yang semakin ketat, akan membuat perusahaan termotifasi dalam menjalankan roda bisnis yang dijalanakanya. Menguasai seluruh pangsa pasar yang ada, meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan adalah salah satu strategi yang digunakan perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis demi meningkatkan kinerja manajerial perusahaan. Meningkatkan kualitas secara berkelanjutan merupakan salah satu aspek yang sangat ditekankan perusahaan untuk memberikan suatu identitas terhadap produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan. Dengan meningkatkan kualitas produk, perusahaan dapat dengan mudah mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Melalui perhatian penuh pada kualitas, akan memberikan dampak positif

terhadap efisiensi biaya produksi, proses produksi dan kinerja keuangan perusahaan. Dampak terhadap biaya produksi terjadi melalui proses produksi yang memiliki derajat konformansi (*conformance*) tinggi terhadap suatu standar sehingga bebas dari kerusakan yang mungkin akan terjadi. Proses produksi yang memperhatikan kualitas akan menghasilkan produk berkualitas yang bebas dari kerusakan dan mampu menghindarkan perusahaan pada pemborosan (*waste*) dan inefisiensi biaya sehingga biaya produksi per unit menjadi rendah. 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). Rendahnya biaya 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 dan tingkat harga pokok produksi yang rendah. Sehingga kualitas produk akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan atas penggunaan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan.

Selain *going concern*, tujuan perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang pada umumnya adalah untuk meningkatkan kinerja keuangan. Kinerja keuangan yang baik ditunjukkan dengan adanya peningkatan dalam pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*), Peningkatan laba (*Profitabilitas*), *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 dalam setiap aktifitas bisnis yang dilakukan.

Perusahaan manufaktur berbeda dengan perusahaan dagang. Perusahaan manufaktur secara langsung melakukan proses produksi yang bisa juga melakukan aktifitas *value chain*, sedangkan perusahaan dagang dapat membeli barang dagangan yang kemudian dijual kembali, sehingga perusahaan manufaktur harus memperhatikan secara intensif mengenai proses produksi yang dilakukan dan produk yang telah dihasilkan. Standarisasi produk adalah salah satu upaya perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan berdampak pada pengembangan desain produk, optimalisasi biaya produksi dan keamanan produk yang dihasilkan. PIMS Associate, Inc., menguji lebih dari 1.200 perusahaan untuk menentukan dampak kualitas produk terhadap kinerja perusahaan, dan hasilnya menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk dan profitabilitas berhubungan erat, (2) bisnis/perusahaan yang menawarkan produk dan jasa dengan kualitas tinggi mempunyai pangsa pasar lebih besar, dan (3) kualitas berhubungan secara positif

dengan *return on investment* yang lebih tinggi (Evans dan Lindsay, 1996).

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.

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bukti empiris pengaruh kualitas internal dan eksternal produk terhadap kinerja keuangan bagi perusahaan manufaktur pemegang SNI produk di kota industri (Surabaya, Sidoarjo dan Gresik).

RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Konsep Dasar Teori Utilitas Klasik dan Teori Ekspektasi Rasional

Classical Utility Theory (Teori Utilitas klasik) menyatakan bahwa nilai guna suatu barang adalah besarnya kepuasan (*utility*) yang diberikan barang tersebut pada pemakainya. Dengan kata lain, meskipun menurut produsen barang yang dihasilkannya sudah melalui prosedur kerja yang cukup baik, namun jika tetap belum mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, maka kualitas barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen tersebut tetap dinilai sebagai suatu yang memiliki kualitas yang rendah. Disamping harus mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, baik buruknya kualitas barang yang dihasilkan juga dapat dilihat dari konsistensi keterpenuhan harapan dan kebutuhan masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa kualitas tersebut hendaknya dinilai

secara periodik dan berkesinambungan sehingga terlihat konsistensi keterpenuhan standar diatas.

Demikian juga dengan *Rational Expectation Theory* (Teori Ekspektasi Rasional), dalam membentuk ekspektasi para pelaku ekonomi sebagai salah satu contoh yaitu para pelanggan selalu menggunakan setiap informasi relevan yang tersedia pada mereka dengan efisien. Informasi yang digunakan pelanggan tidak hanya melalui iklan atau media promosi lain yang digunakan perusahaan, akan tetapi informasi dari pelanggan lain yang sebelumnya telah memakai produk tersebut juga sering diambil sebagai pertimbangan.

Dimensi Kualitas

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna hingga saat ini. Setiap orang akan mendefinisikan kualitas secara berbeda berdasarkan perspektif ilmu yang dikuasainya. Kualitas sendiri memiliki kriteria yang berubah secara terus menerus sehingga orang akan sulit untuk mendefinisikan kualitas secara tepat.

Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Beberapa contoh definisi yang kerap kali dijumpai antara lain (Tjiptono, 2001 : 2) : (1) Kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan (2) kecocokan terhadap pemakaian (3) perbaikan berkelanjutan (4) bebas dari kerusakan/cacat (5) pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat (6) melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal (7) sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Banyak perusahaan menggunakan konsep dan kerangka biaya kualitas dengan tujuan : Kesempatan untuk dapat mereduksi biaya tanpa mengurangi kualitas produk atau kesempatan untuk mengurangi

ketidakpuasan pelanggan dan ancaman-ancaman yang berkaitan langsung dengan pasar. Beberapa biaya dari kualitas jelek (*costs of poor quality*) merupakan hasil dari kegagalan produk setelah penjualan.

Beberapa perusahaan kelas dunia menggunakan ukuran biaya kualitas sebagai indikator keberhasilan program perbaikan kualitas, yang dapat dihubungkan dengan ukuran-ukuran lain seperti : Biaya kualitas dibandingkan dengan nilai penjualan, biaya kualitas dibandingkan terhadap keuntungan dan biaya kualitas dibandingkan dengan harga pokok penjualan.

Kualitas Internal Produk

Kualitas internal produk adalah kualitas dari produk jadi yang dinilai sebelum pengiriman dan dikaitkan dengan kualitas proses yang melekat pada produk tersebut secara langsung (Rovila 2010). Hal ini dapat dilihat melalui adanya penurunan kegagalan internal kualitas yang terdiri dari, seperti tingkat barang sisa (*scrap rate*), tingkat pengerjaan kembali (*rework rate*), tingkat cacat (*defect rate*) dan perbaikan tingkat reliabilitas produk sebelum pengiriman.

Ahire dan Dreyfus (2000) mempertimbangkan lima pengukuran kualitas internal : tingkat barang sisa (*scrap rate*), tingkat pengerjaan ulang (*rework rate*), tingkat cacat (*defect rate*), uji reliabilitas dari kinerja sebelum pengiriman, dan produktivitas *manufacturing*.

Efisiensi Biaya dari proses produksi direfleksikan dalam *scrap*, *rework* dan *defect* yang berkurang selama produksi. *Scrap*, *rework* dan *defect* menggambarkan biaya kegagalan kualitas internal (Juran, 1993). Dengan berkurangnya 3 hal tersebut, maka perusahaan akan lebih efisien dalam proses produksi

Kualitas Eksternal Produk

Kualitas eksternal digunakan sebagai proksi untuk kepuasan pelanggan karena semakin rendah kegagalan eksternal, maka kepuasan pelanggan

semakin tinggi. Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan atas kualitas produk dalam syarat dari nilai bersih mereka yang disebut dengan kinerja terhadap biaya (Rovila 2010) sehingga pelanggan akan memilih produk dengan harga lebih rendah untuk produk dengan tingkat kinerja yang sama atau pelanggan akan mengeluarkan sejumlah uang tertentu untuk memilih produk yang menawarkan kinerja maksimum. Para pelanggan membentuk kesan mereka tentang produk suatu perusahaan berdasarkan atas lingkungan dan pengalaman masa lalu tentang produk tersebut (Garvin 1987). Kinerja yang memuaskan terhadap produk akan terjadi bila kepuasan pelanggan tinggi, loyalitas pelanggan besar dan ada peningkatan terhadap *Market Share* (Rovila 2010).

Ahire dan Dreyfus (2000) memberikan fokus perhatian pada empat indikator jangka panjang dari kualitas eksternal: garansi yang diklaim, tuntutan hukum, keluhan pelanggan dan pangsa pasar. Garansi yang diklaim, tuntutan hukum, keluhan pelanggan merujuk pada biaya kegagalan kualitas eksternal dan *Market Share* (Juran 1993). garansi yang diklaim, tuntutan hukum, keluhan pelanggan berbeda dengan *Market Share*. Apabila garansi yang diklaim, tuntutan hukum dan keluhan pelanggan menurun maka akan berdampak positif bagi perusahaan, sedangkan apabila *Market Share* yang turun maka akan berdampak negatif bagi perusahaan. Jadi kualitas eksternal produk adalah kualitas dari produk jadi berdasarkan sudut pandang pelanggan atas pemakaian di lapangan yang dapat diketahui setelah produk tersebut dilepas di pasaran.

Kinerja Keuangan

Menurut Helfret (1996: 67) yang dimaksud dengan kinerja keuangan adalah hasil dari banyak keputusan individual yang dibuat secara terus-menerus oleh manajemen. Oleh karena itu perlu dilibatkan analisis keuangan dan ekonomi dari keputusan serta mempertimbangkan

hasil tersebut. Kinerja keuangan dapat pula diartikan sebagai gambaran kondisi perusahaan yang memiliki posisi keuangan serta hasil yang telah dicapai perusahaan yang bersangkutan dalam laporan keuangan. Melalui penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan merupakan hasil dari kemampuan kerja finansial perusahaan yang diperlihatkan setiap periode akuntansi.

Kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan :

1.) Pertumbuhan Penjualan,

Pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang (Barton et al. 1989, dalam Tita 2011). Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran dividen cenderung meningkat.

2.) Profitabilitas

Dalam (Tita, 2011), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit atau laba selama satu tahun (Sujoko dan Soebiantoro ,2007). Menurut Rahmawati et al. (2007) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan perusahaan. Menurut Gitman (2009), terdapat banyak cara untuk mengukur profitabilitas. Berbagai pengukuran ini memungkinkan analisis untuk mengevaluasi keuntungan perusahaan dilihat baik dari sisi penjualan, aset ataupun investasi pemilik. Rasio profitabilitas menurut Gitman (2009) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian dari penjualan investasi serta kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang akan

menjadi dasar pembagian dividen perusahaan.

Rasio yang paling umum digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah :

a.) *Return on Asset (ROA)*.

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2007:159), Analisis ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. Variasi dalam perhitungan ROA adalah dengan memasukkan biaya pendanaan. Biaya-biaya pendanaan yang dimaksud adalah bunga yang merupakan biaya pendanaan dengan hutang. Dividen yang merupakan biaya pendanaan dengan saham dalam analisis ROA tidak diperhitungkan. Biaya bunga ditambahkan ke laba yang diperoleh perusahaan. ROA bisa diinterpretasikan sebagai hasil dari serangkaian kebijakan perusahaan (strategi) dan pengaruh dari faktor-faktor lingkungan (*environmental factors*). Analisis difokuskan pada profitabilitas aset, dan dengan demikian tidak memperhitungkan cara-cara untuk mendanai aset tersebut.

Formula ROA bisa dihitung sebagai berikut (dengan memasukkan pendanaan) :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih} + \text{bunga}}{\text{Total aset rata-rata}}$$

b.) *Return On Equity (ROE)*

ROE adalah rasio antara laba bersih dengan ekuitas pada saham biasa atau tingkat pengembalian investasi pemegang saham (*rate of return on stockholder's investment*) (Brigham dan Gapenski, 1994 dalam Lambas, 2005). Analisis profitabilitas ini memberikan jawaban akhir tentang efektif tidaknya suatu perusahaan. Profitabilitas dapat diukur melalui kemampuan perusahaan mempertahankan kebijakan deviden yang stabil sementara pada saat yang sama dapat

mempertahankan kenaikan kekayaan pemegang saham dalam perusahaan. Hal tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih (Saham)}}{\text{Kepemilikan}}$$

Pada rumus diatas menunjukkan bahwa dengan meningkatnya laba bersih maka akan meningkat pula nilai dari ROE jika ekuitasnya tetap. Demikian pula sebaliknya dengan menurunnya laba bersih akan menurunkan nilai ROE.

Penurunan ROE merupakan bukti bahwa investasi baru pada perusahaan tersebut menghasilkan ROE yang lebih rendah dari investasi lama. Hal paling penting dari para analis adalah tidak perlu menerima nilai historis sebagai indikator dari nilai yang akan datang.

c.) *Return On Investment (ROI)*

Dalam penjelasan Hansen & Mowen (2005:121), Pengembalian atas investasi (*return on investment-ROI*) adalah ukuran kinerja yang paling lazim bagi suatu pusat investasi. ROI didefinisikan sebagai berikut :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Aktiva operasi rata-rata}}$$

Pertama-tama, istilah-istilah tersebut akan didefinisikan. Laba operasi (*operating income*) mengacu pada laba sebelum bunga dan pajak. Aktiva operasi (*operating assets*) adalah seluruh aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba operasi, termasuk kas, piutang, persediaan, tanah, gedung dan peralatan

Standart Nasional Indonesia

Standar adalah spesifikasi teknis atau sesuatu yang dibakukan termasuk tata cara dan metode yang disusun berdasarkan konsensus semua pihak yang terkait dengan memperhatikan syarat-syarat keselamatan, keamanan, kesehatan, lingkungan hidup, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pengalaman, perkembangan masa kini dan masa yang akan datang untuk memperoleh

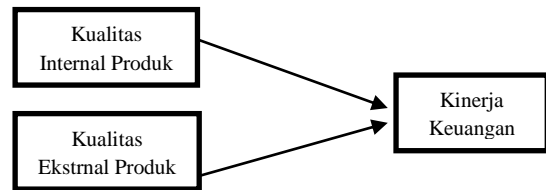
manfaat yang sebesar-besarnya. Standar Nasional Indonesia (SNI) adalah standar yang ditetapkan oleh Badan Standardisasi Nasional (BSN) dan berlaku secara nasional. Standar Nasional Indonesia (SNI) merupakan suatu dokumen yang berisikan ketentuan teknis, pedoman dan karakteristik kegiatan dan produk yang berlaku secara nasional untuk membentuk keteraturan yang optimum dalam konteks keperluan tertentu.

Penerapan “SNI wajib” oleh industri cenderung didorong oleh kewajiban pemenuhan persyaratan industri untuk memenuhi ketentuan regulasi sedangkan penerapan secara sukarela cenderung karena *market oriented* untuk peningkatan kemampuan kompetisi dan kinerja. Sebagai faktor pasar, atau SNI belum dijadikan sebagai salah satu pertimbangan bagi konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi. Konsumen perlu diberikan pemahaman tentang manfaat yang bisa diperoleh apabila menggunakan produk yang bertanda SNI, sementara perusahaan didorong untuk menerapkan SNI agar dapat meningkatkan daya saing dan kinerjanya.

Salah satu upaya untuk meningkatkan penerapan SNI oleh perusahaan dilakukan melalui promosi terhadap perusahaan yang mendapat penghargaan karena konsisten dan mempunyai komitmen dalam penerapan SNI serta mempunyai kinerja yang baik. Menurut Dr. Bambang Setiadi, Kepala Badan Standardisasi Nasional, dalam tulisannya yang berjudul Nasionalisme Di Era Globalisasi Dengan Standar Nasional Indonesia (SNI), standar 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 yang sekarang semakin disadari adalah fungsi standar terkait dengan manajemen resiko.

Gambar 1



Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H₁ : Kualitas internal produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
- H₂ : Kualitas eksternal produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deduktif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis melalui validasi teori pada keadaan tertentu (Babbie, 1998 : 64). Hasil pengujian data digunakan sebagai dasar untuk kesimpulan penelitian, yaitu mendukung atau menolak hipotesis yang telah dikembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh laba akuntansi, arus kas operasi dan nilai buku ekuitas terhadap harga saham.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan titik perhatian dalam penelitian dan pada dasarnya berfungsi untuk membatasi lingkup studi dalam sebuah penelitian. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan. Sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas

internal produk dan kualitas eksternal produk.

Kualitas internal produk adalah kualitas produk jadi yang dinilai sebelum pengiriman dan dikaitkan dengan kualitas proses. Variabel kualitas internal produk diukur dengan empat indikator yaitu tingkat *scrap*, tingkat *rework*, tingkat *defect*, tingkat reliabilitas produk. Masing-masing indikator diukur dengan menggunakan skala likert dengan lima pilihan jawaban, dimana jawaban terendah diberi skor satu dan tertinggi diberi skor lima. Skala ini adalah skala interval. Semakin tinggi skor angka variabel mengindikasikan semakin tinggi kualitas internal produk.

Kualitas eksternal produk adalah kualitas produk jadi dari sudut pandang pelanggan atas pemakaian di lapangan. Variabel kualitas eksternal produk diukur dengan empat indikator yaitu garansi yang diklaim, tuntutan hukum, komplain pelanggan, pangsa pasar (*Market Share*). Indikator pernyataan dari satu sampai dengan ke tiga diukur dengan menggunakan skala likert dengan lima pilihan jawaban, dimana jawaban terendah diberi skor satu dan tertinggi diberi skor lima. Terdapat pernyataan ke empat yang merupakan pernyataan negatif. Skala ini adalah skala interval. Semakin tinggi skor angka variabel mengindikasikan semakin meningkat kualitas eksternal produk.

Kinerja keuangan adalah tingkat keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya di bidang keuangan. Variabel kinerja keuangan dapat diukur dengan 5 indikator yaitu pertumbuhan penjualan, profitabilitas, *Return On Asset* (ROA), *Return On Investment* (ROI) dan *Return on Equity* (ROE). Masing-masing indikator

diukur pula dengan menggunakan pernyataan esai sehingga peneliti dapat menerima jawaban yang lebih jelas dari pernyataan tersebut.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur pemegang SNI di kota industri (Surabaya, Sidoarjo dan Gresik). Perusahaan yang masuk dalam daftar adalah sejumlah 61 perusahaan sedangkan responden yang tiap perusahaan sebanyak 4 responden sehingga jumlah populasi 244. Data perusahaan didapat dari Komite Akreditasi Nasional (KAN) yang terakhir di update pada tahun 2009. Unit analisis dari penelitian ini adalah para manajer perusahaan manufaktur pemegang SNI di kota industri (Surabaya, Sidoarjo dan Gresik), sedangkan responden adalah manajer kualitas, manajer keuangan atau akuntansi, manajer pabrik atau produksi dan manajer pemasaran.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus atau *Complete Enumeration* yaitu memilih seluruh elemen populasi menjadi sampel penelitian yaitu perusahaan manufaktur pemegang SNI di kota industri (Surabaya, Sidoarjo dan Gresik).

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Statistik Deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian ini. Hasil pengolahan data secara deskriptif menunjukkan untuk jumlah berdasarkan jenis manager yang menjadi subjek penelitian.

Tabel 1
Hasil Analisa Deskriptif

Jabatan	Jumlah	Prosentase (%)
Manajer produksi	9	27.3
Manajer kualitas	6	18.2
Manajer pemasaran	10	30.3
Manajer keuangan	8	24.4
Total	33	100.0

Sebanyak 10 responden atau sebesar 30.3 % memiliki jabatan sebagai manajer pemasaran. Sebanyak 9 responden atau sebesar 27.3 % memiliki jabatan sebagai manajer produksi. Sebanyak 8 responden atau sebesar 24.2% memiliki

jabatan sebagai manajer kualitas. Dan yang terakhir sebanyak 6 responden atau sebesar 18.2% memiliki jabatan sebagai manajer kualitas. Sehingga total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner sebanyak 33.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	33
Kolmogorov-Smirnov Z	0.847
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.470

a. Test distribution is Normal.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Imam Ghozali, 2011), pengujian dilakukan dengan menggunakan *Uji Kolmogorov-Smirno test*. Rangkuman tabel diatas didapat pada

spss uji normalitas tabel bagian Npar Test. Data tersebut dikatan terdistribusi normal dikarenakan nilai hasil ujinya adalah 0.470 lebih besar dari 0.05 Rangkuman tabel diatas didapat pada spss uji normalitas tabel bagian Npar Test. Data tersebut dikatan terdistribusi normal dikarenakan nilai hasil ujinya adalah 0.470 lebih besar dari 0.05.

Tabel 3
Hasil Uji Independent Sample

Variabel Penelitian	Unstandardized Coefficients B	Uji T	
		t	Sig.
Kualitas Internal Produk	0.775	2,394	0,049
Kualitas Eksternal Produk	-.082	0,739	0,768

Analisis Kualitas Internal Produk

Kualitas internal produk adalah kualitas dari produk jadi yang dinilai sebelum pengiriman dan dikaitkan dengan kualitas proses (Rovila 2010). Hal ini dapat dilihat melalui adanya penurunan kegagalan internal kualitas yang terdiri dari, tingkat barang sisa (*scrap rate*), tingkat pengerjaan kembali (*rework rate*), tingkat cacat (*defect rate*) dan perbaikan tingkat reliabilitas produk sebelum pengiriman menurunkan biaya produk sehingga harga menjadi kompetitif dan akhirnya harga yang kompetitif akan meningkatkan penjualan. Jadi penurunan terhadap tingkat *scrap*, tingkat *rework*, tingkat *defect* serta perbaikan tingkat reliabilitas produk akan akan meningkatkan kinerja keuangan. Berdasarkan hasil pengujian (Tabel 3) signifikansi $0.049 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian tersebut mendukung hipotesis karena setelah dilakukan pengujian ternyata kualitas internal produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini mendukung dari penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Rovila (2010) yang menyatakan bahwa kualitas internal produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Fornel (1992) menemukan dalam suatu penelitian, adanya korelasi diantara kinerja kualitas yang diproksi dengan kualitas internal produk dengan kepuasan pelanggan yang diproksi dengan kualitas eksternal produk. Penelitian ini juga mendukung penelitian Dara dan Rovila (2012) yang menyatakan bahwa

elemen SPM berpengaruh positif terhadap kualitas internal produk dan akan meningkatkan kinerja keuangan.

Meningkatnya kualitas produk tentu dapat menurunkan tingkat biaya kualitas seperti pengembalian produk (*retur*) dari pelanggan, menurunnya biaya garansi dan perbaikan, dimana biaya tersebut dapat dikatakan sebagai biaya kegagalan (Blocher et al, 2007: 385). Dengan meningkatnya kualitas pada suatu produk yang dihasilkan, perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif lebih dibanding perusahaan lain dan produk yang dikenal berkualitas sehingga banyak konsumen yang akan melakukan pembelian pada produk tersebut akan akhirnya perusahaan akan mendapatkan profitabilitas yang tinggi atau meningkat. Fokus dan perhatian penuh perusahaan pada kualitas produk yang dihasilkan akan membeli dampak positif pada roda bisnis yang dijalankan perusahaan terutama pada dampak peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Dampak fokus dan perhatian penuh perusahaan pada kualitas produk perusahaan akan menghasilkan produk yang memiliki derajat konformasi tinggi dan sesuai dengan standart-standart yang ditetapkan perusahaan sehingga kemungkinan besar akan dapat mengurangi kerusakan pada produk yang mungkin terhadap biaya produksi terjadi. Perusahaan dapat mengurangi biaya-biaya yang berkaitan dengan kerusakan barang dan barang yang cacat akan semakin sedikit atau produk normal (tidak rusak) yang dihasilkan perusahaan menjadi sangat kecil sehingga semakin banyak jumlah

produk yang dihasilkan. Selain itu, akan berdampak pada harga pokok penjualan yang semakin murah yang akan berdampak pula pada harga jual produk. Yang pada akhirnya perusahaan akan memperoleh manfaat akhirnya pada kinerja keuangan dengan menurunnya harga pokok produksi dan meningkatnya penjualan.

Analisis Kualitas Eksternal Produk

Ahire dan Dreyfus (2000) memberikan fokus perhatian pada empat indikator jangka panjang dari kualitas eksternal yaitu garansi yang diklaim, tuntutan hukum, keluhan pelanggan, pangsa pasar. Pangsa pasar juga secara langsung berhubungan dengan persepsi pelanggan dari produk perusahaan berdasarkan pemakaian yang baru saja atau sudah lampau (Rovila 2010).

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan Uji Statistik *t* menunjukkan bahwa signifikansi 0.768 yang berarti lebih besar dari 0.05 yang berarti kualitas eksternal produk berpengaruh tidak signifikan ke kinerja keuangan. Berarti secara empiris penelitian ini tidak mendukung dari penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Rovila (2010) yang menyatakan bahwa kualitas eksternal produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil yang diperoleh dari responden dapat membuktikan bahwa rata-rata perusahaannya mengalami peningkatan pada kualitas eksternal produk yang terdiri dari garansi produk, tuntutan hukum, komplain pihak eksternal dan pangsa pasar (*market share*) selama tiga tahun terakhir. Hal ini dapat terjadi di setiap perusahaan manufaktur pemegang SNI di kota industri (Surabaya, Sidoarjo dan Gresik) karena tidak selalu garansi produk yang diklaim, tuntutan hukum, komplain pihak eksternal, oleh pihak eksternal mengalami peningkatan berarti akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas eksternal produk tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Tingkat persaingan yang sangat tinggi di era globalisasi ini dan pelanggan lebih memilih produk yang memiliki harga lebih rendah dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan masing-masing. Para pelanggan juga membentuk kesan mereka tentang suatu produk berdasarkan atas lingkungan dan pengalaman masa lalu tentang produk tersebut. tau dikarenakan pelanggan telah membentuk suatu loyalitas kepada produk yang digunakannya sehingga meskipun perusahaan telah memproduksi barang yang sama, pelanggan masih tetap menggunakan produk yang dia pakai sebelumnya.

Kualitas eksternal produk dapat dapat diukur setelah produk tersebut dilepas ke pasar. Hal ini berbeda dengan kualitas internal produk yang perhitungannya hanya sebatas didalam lingkup perusahaan. Hal ini menjadi berbeda karena banyak faktor yang harus dipertimbangkan diantaranya yang beberapa sudah disebutkan sebelumnya yaitu sifat konsumen dan persaingan bisnis yang meningkat dan banyak variabel lain yang harus dipertimbangkan. Dengan demikian, bukan berarti kualitas eksternal produk yang terdiri dari garansi produk yang diklaim, tuntutan hukum, komplain oleh pihak eksternal mengalami peningkatan akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan, karena hal ini dapat juga disebabkan oleh tingginya tingkat persaingan, pelanggan lebih memilih produk yang memiliki harga lebih rendah dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan masing-masing.

Analisis Variabel Independen Keseluruhan

Dapat dijelaskan pula dengan nilai dari R^2 adalah 0,026, hal ini berarti 2.6% persen variasi kinerja keuangan dapat dijelaskan atau dalam hal ini dapat dipengaruhi oleh variasi ke dua variabel independen (kualitas internal produk dan kualitas eksternal produk). Sedangkan sisanya ($100\% - 2.6\% = 97.4\%$) dapat dipengaruhi oleh sebab-sebab yang lain di

luar model. terdapat perbedaan antara hasil dari penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Rovila (2010) memiliki kesimpulan bahwa kualitas internal dan kualitas eksternal produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Akan tetapi pada penelitian ini, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa kualitas internal dan kualitas eksternal produk tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kualitas eksternal produk adalah hal yang berhubungan langsung dengan pelanggan yang berhubungan erat dengan pembelian yang dilakukannya. Berbeda dengan kualitas internal produk dimana produk belum dilepaskan dipasaran yang merupakan hitungan internal perusahaan. Sehingga secara simultan, maka kualitas eksternal produk akan lebih mendominasi dalam pengaruhnya terhadap kinerja keuangan.

KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN DAN KETERBATASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas internal dan eksternal produk terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang bersertifikasi ISO 9001 yang ada di kota Surabaya, Sidoarjo dan Gresik. Data yang diperoleh dalam penelitian ini, selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS dengan kesimpulan : Kualitas internal produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan sedangkan kualitas eksternal produk tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Berdasarkan dari hasil setiap indikator pernyataan yang terdapat dalam setiap variabel dalam kuesioner penelitian, dapat disimpulkan bahwa : Para manajer (Manajer akuntansi atau keuangan, manajer pabrik atau produksi, manajer kualitas dan manajer pemasaran) berpendapat setuju jika kualitas internal produk semakin berkurang dalam tiga tahun terakhir. Para manajer (Manajer akuntansi atau keuangan, manajer pabrik atau produksi, manajer kualitas dan

manajer pemasaran) berpendapat bahwa kualitas eksternal produk dalam tiga tahun terakhir mengalami penurunan. Para manajer (Manajer akuntansi atau keuangan, manajer pabrik atau produksi, manajer kualitas dan manajer pemasaran) berpendapat bahwa dalam tiga tahun terakhir ini kinerja keuangan yang dimiliki oleh perusahaan mencapai $10\% \leq 15$ persen.

Banyak faktor-faktor lain yang harus diperhatikan perusahaan selain perbaikan kualitas yang telah diintensifkan. Persaingan antar kompetitor, kebutuhan pelanggan, inovasi, perkembangan teknologi, serta daya tarik yang melekat pada suatu produk adalah faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan agar perusahaan dapat memperoleh laba dengan maksimal.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

Responden yang mengembalikan kuesioner dalam penelitian ini hanya berjumlah tiga puluh tiga responden dan tergolong dalam sampel kecil yaitu minimal tiga puluh responden.

Perlunya waktu yang cukup lama untuk responden dalam mengisi dan mengembalikan kuesioner penelitian dikarenakan beberapa responden dalam hal ini yakni para manajer (Manajer akuntansi atau keuangan, manajer pabrik atau produksi, manajer kualitas dan manajer pemasaran) terhalang oleh aktivitas yang dikerjakannya dan bahkan terkadang beberapa responden setelah melihat isi dari kuesioner cukup khawatir untuk memberikan informasi dikarenakan sedikit membahas mengenai kinerja keuangan perusahaan yang dinilai informasi tersebut hanya untuk pihak internal.

Waktu dalam menyebar kuesioner terlampaui sedikit dan bertepatan dengan masa sibuk perusahaan seperti penyusunan laporan keuangan, pelaksanaan audit diperusahaan, pembahsan agenda tahunan dll.

Jawaban yang diberikan oleh responden dalam kuesioner penelitian

kurang mencerminkan keadaan yang sebenarnya sehingga lebih baik jika penelitian dalam bentuk wawancara langsung kepada responden dalam kasus ini, wawancara secara langsung sangat sulit untuk dilaksanakan.

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah :

(Untuk Penelitian selanjutnya) Memperbanyak sampel yang digunakan sehingga data yang digunakan lebih banyak. Selain itu juga menambah indikator pertanyaan pada setiap variabel pada kuesioner. Waktu yang diperlukan harusnya lebih lama karena sampel yang digunakan adalah tingkat manager yang mempunyai kesibukan lebih dibanding dengan karyawan pada umumnya.

(Untuk perusahaan pemegang SNI produk yang ada di kota Surabaya, Sidoarjo dan Gresik) Perusahaan lebih memperhatikan masalah kualitas internal dan eksternal produk dikarenakan pada saat ini customer sudah cerdas dalam memilih produk dan tetap berkeinginan mendapat produk *low price high quality*.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahire and P Dreyfus.2000. the impact of design management and process management on quality : A empirical investigation. *Journal of operations Management* 18: 549-575.
- Anderson, C.J., and Manus Rungtusanatham., Roger G. Schroeder.1994.A Theory of Quality Management Underlying The Deming Management Method. *Academy of Management Review*. Vol. 19. No. 3, 472-509.
- Bearden, W. O. and Teel, J. E. 1983. "Selected Determinants of Customer Satisfaction and Complaint Reports," *Journal of Marketing Research*, 20 (February):21-28
- Blocher, Edward J., et al. 2007. Manajemen Biaya.Edisi Kedua Terjemahan. Jakarta : Salemba Empat
- Dara Enggal dan Rovila El Maghviroh. 2012. Elemen SPM Terhadap Kualitas Internal Produk Pada Perusahaann Manufaktur Bersertifikasi ISO 9001 di Surabaya, Gresik dan Sidoarjo. *The Indonesian Accounting Review*: vol 2, No. 1
- Daftar perusahaan SNI Jawa Timur. 2009. (<http://www.kan.co.id/home/listedcompanies/language/id-ID/default.aspx>)
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana.2001. Total Quality Management. Penerbit Andi Yogyakarta
- Garvin, D.A. 1987. Competing on the eight dimension of quality. *Harvard Business Review*.65 (6) : 101-109.
- Gaspersz, Vincent. 2001. Total Quality Management. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hill, T. 1997. Manufacturing strategy, Keeping it relevant by addressing the needs of the market. *Integrated Manufacturing Systems* 8 (5): 257-264.
- Indrianto dan Supomo. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis. BPFE Yogyakarta
- Imam Gozali. 2006. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Undip.
- Ittner, C. and D.F. Larcker. 1997. Quality strategy, strategic control systems and organizational performance. *Accounting, Organizations, and society*. 22 (3/4): 293-314.
- Jaluanto dan Dyah Widyaningrum. Analisis Kualitas Produk, Biaya Kualitas Dan Volume Penjualan (Study kasus perusahaan emping UD. HN Putra). *Jurnal ekonomi bisnis*vol 16 No. 2 Juli 2011

- Juran, J.M. 1993. Why quality initiative fail. *Journal of Business strategy*, July/Agustus,35-38
- Kotler , Philip *and* Keller Lane Kevin. 2007. *Manajemen pemasaran*. Penerbit Indeks
- Maiga, A.S and F.A. Jacobs. 2005. Antecedents and Consequences of Quality Performance. *Behavioural Research in Accounting*. 17 : (111-131)
- Mamduh M.Hanafi dan Abdul Halim.2007.*Analisis laporan Keuangan : UPP STIM YKPN*
- Mulyadi (1997). *Akuntansi Manajemen: Konsep, manfaat dan rekayasa*. (Edisi kedua).Yogyakarta : Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
- Nagar, V. *And* M.V.Rajan.2001. The Revenue implications of financial and operational measures of product quality. *The Accounting Review* 76 (4) : 495-513)
- Raja Lambas J. Panggabean.”Analisis Perbandingan Korelasi EVA dan ROE Terhadap Harga Saham LQ 45 di Bursa Efek Jakarta”. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sreiwijaya . Vol 3 No.5 Juni 2005*
- Reichheld, FF. and Sasser WE. 1990. Zero Defections: Quality Comes to Services, *Harvard Business Review*. September-October, 105-111
- Rovilla El Maghviroh.2010.Antecedents and Consequences of internal Products in the Manufacturing Companies holding SNI in East Java.*Journal Economic, Business, and Accountancy Ventura* Volume 13, No.1, April 2010, page 91-104.
- Rovilla El Maghviroh dan Bayu 2012. Antecedents and Consequences of Internal Quality Management. *The Indonesian Accounting Review :Vol 1, No. 1*
- Shetty, Y.K. 1998. Managing product quality for profitability, SLM, *Advanced management journal* 53 (4): 33-38.
- Sim, K.L. *And* L.N Killough. 1998. The performance effects of complementarities between manufacturing prtices and management accounting systems. *Journal of Management Accounting Research*. 10 : 325-346.
- Rodney, E Smith , *and* Wright F, William.“ Determinantas of Customer Loyalty and Financial Performance ”. *Journal of Management Accounting Research*. Volume 16, 2004.Pp 183-205
- Rudy Usman.” Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Kinerja *Balanced Scorecard* Perusahaan Manufaktur Berskala Besar”. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Th. 16, No.2, Juli 2011