

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era perdagangan bebas dunia saat ini mulai melakukan penghapusan bea masuk antar negara dan membuka lebar batas wilayah dan batas persaingan, sehingga menciptakan pasar global yang semakin kompetitif. Hal ini tentu menimbulkan tantangan bagi pelaku bisnis untuk mampu bersaing dalam meningkatkan kualitas produknya. Menurut Aida (2008), tantangan yang akan dihadapi pelaku bisnis diantaranya:

1. Pelanggan bebas dalam menentukan pilihannya dengan tidak memandang asal produk tetapi lebih berorientasi pada kualitas produk dengan harga yang terjangkau,
2. Tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat karena pasar domestik menjadi bagian dari pasar dunia sehingga banyak perusahaan yang berusaha mengubah strateginya dari perusahaan yang menguasai sumber daya dalam negeri, ke perusahaan yang menemukan kombinasi optimal dari sumber daya dalam negeri dan luar negeri untuk dapat bersaing baik dipasar domestik maupun luar negeri
3. Perubahan yang menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan

Menghadapi kompleksitas persaingan tersebut, suatu perusahaan harus meningkatkan kemampuan dalam menciptakan produk yang berkualitas. Suatu

produk yang berkualitas tidak hanya mencakup produk dengan *performance* yang baik tetapi juga harus memenuhi kriteria kepuasan konsumen. Ini merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan terutama dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Menurut Monika (2009), perusahaan dalam menghadapi persaingan global dunia bisnis harus mampu:

1. Mengerti apa yang diinginkan konsumen dan berusaha untuk memenuhinya pada tingkat biaya yang paling rendah
2. Menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen dengan kualitas yang tinggi dan reliabilitas yang konsisten
3. Mengikuti perkembangan teknologi, politik dan sosial yang terjadi di lingkungan perusahaan, dan
4. Memprediksi apa yang diinginkan konsumen bahkan sampai dekade sepuluh tahun mendatang

Suatu produk dikatakan memiliki kualitas apabila tingkat kesesuaian produk tersebut tidak menyimpang dari spesifikasi yang ditetapkan dan dapat memenuhi permintaan konsumen. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk memperoleh suatu jaminan kualitas yang menandakan perusahaan telah memenuhi pedoman kualitas, agar dapat membuat konsumen tetap loyal pada produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Salah satu pedoman kualitas adalah manajemen mutu.

Menurut Harjanto (2010), manajemen mutu merupakan bagian dari manajemen operasi yang membahas aspek mutu atau kualitas dari berbagai kegiatan operasional perusahaan. Komitmen akan mutu secara penuh akan

memberikan dampak positif dan nilai tambah bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Untuk mencapai sistem manajemen mutu yang optimal maka diperlukan suatu standarisasi dalam sistem manajemen secara menyeluruh yang juga mencakup pengendalian serta penjaminan mutu.

Salah satu standar mutu yang telah diakui banyak kalangan bisnis adalah ISO 9000. ISO 9000 dikeluarkan pertama kali oleh *International Organization for Standardization* (IOS) yang berkedudukan di Jenewa, Swiss. Standar ISO 9000 menjadi wajib bagi banyak perusahaan untuk dapat bersaing di pasar global. Untuk itu, Indonesia menjadi salah satu negara yang mengadopsi sepenuhnya ISO 9000 ini menjadi Standar Nasional Indonesia 19-9000 (SNI 19-9000). Dengan kata lain, sertifikat ISO 9000 dapat digunakan sebagai tiket bisnis bagi perusahaan dalam perdagangan bebas yang penuh persaingan. Salah satu seri ISO 9000, yaitu ISO 9001:2008 versi terbaru yang diterbitkan pada Desember 2008. ISO 9001 merupakan standar yang mengatur tentang sistem manajemen mutu, sedangkan 2008 menunjukkan tahun revisi. Maka ISO 9001:2008 adalah sistem manajemen mutu ISO 9001 hasil revisi tahun 2008 yang menjadi acuan untuk menunjukkan konsistensi mutu produk yang dihasilkan.

Perusahaan yang bersertifikasi ISO 9000:2008 diakui telah memiliki kemampuan untuk memasok suatu produk secara konsisten sesuai dengan mutu standar yang diminta. Sertifikasi ISO 9001:2008 diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan melalui jaminan kualitas yang terorganisir dan sistematis. Sebab ISO 9001:2008 tidak hanya merupakan jaminan mutu produk, tetapi juga terhadap seluruh proses produksinya mulai dari pemilihan

bahan baku, sumber daya manusia, pengolahan, peralatan sampai dengan pembuangan limbah industrinya (Setiawan, 11 November 2014). Dengan meningkat kepercayaan dan kepuasan konsumen, maka diharapkan peningkatan penjualan produk ataupun jasa pun akan meningkat.

Terkait dengan aspek konsumen yaitu kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, menurut Setiawan (11 November 2014) aspek finansial juga merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam penerapan sistem manajemen mutu ISO 9001:2008. Pertimbangan yang dimaksud, adanya penerapan ISO 9001:2008 ini menjadi *stimulus* untuk perbaikan proses operasi, rantai nilai dan sistem kerja organisasi, serta sebagai bahan kajian dan analisis manajemen dalam pengambilan keputusan.

Sertifikasi ISO 9001:2008 tidak hanya bertujuan untuk memperoleh label, tetapi perolehan sertifikasi ISO juga diikuti efisiensi biaya operasi dan *overhead cost* secara signifikan karena dengan terdokumentasinya setiap aktivitas organisasi, proses produksi dan proses operasi adalah proses yang bernilai tambah.

Setiawan (2012) menyatakan bahwa sertifikasi ISO 9001 berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Ukuran yang sering digunakan dalam kinerja keuangan adalah rasio keuangan. Rasio keuangan digunakan untuk memperoleh gambaran tentang perkembangan finansial suatu perusahaan.. Dengan menggunakan rasio keuangan, perusahaan dapat menilai kinerja perusahaan berdasarkan perbandingan data keuangan, mengalami peningkatan atau tidak.

Suharli (2009) menyatakan bahwa perusahaan yang bersertifikat ISO umumnya mempunyai pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang belum memperoleh sertifikasi ISO, yang didukung dengan peningkatan penjualan setelah perusahaan menerapkan ISO. Jika penjualan meningkat dan menurunnya harga pokok penjualan akan meningkatkan laba kotor perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Rush *et. al.* (1995) dalam Rahma (2009), menyatakan bahwa pendapatan perusahaan meningkat karena dipicu oleh tingkat keberterimaan pelanggan dan pelanggan baru yang diperoleh melalui kesan yang baik. Hasil penelitian Ahmar (2002) dan Hutabarat (2011) yang meneliti pendapatan perusahaan menggunakan rasio *gross profit margin* menunjukkan ada perbedaan sebelum dan sesudah adanya sertifikasi. Tetapi penelitian ini belum dapat menunjukkan adanya peningkatan *gross profit margin* setelah sertifikasi.

Menurut Kantner (Aida,2008), banyak perusahaan yang mengalami peningkatan penjualan setelah memperoleh sertifikat ISO. Menurut Melyana dan Wiryawan (2012), penerapan ISO 9001 dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dikarenakan kualitas produk. Kualitas produk yang tinggi dapat memuaskan pelanggan sehingga meningkatkan permintaan pelanggan dan memperluas pangsa pasar yang akhirnya akan meningkatkan penjualan. Hal ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu, dimana terdapat hubungan penjualan suatu perusahaan sebelum dan setelah menerapkan ISO. Penelitian Ahmar (2002) menunjukkan adanya peningkatan pertumbuhan penjualan yang diukur dengan menggunakan rasio *sales growth* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Jakarta. Tetapi peningkatan ini belum menunjukkan adanya perbedaan signifikan

sebelum dan sesudah menerapkan ISO 9000. Begitu juga dengan hasil penelitian Yonatan (2013) yang menunjukkan tidak adanya perbedaan rata-rata *sales growth* satu tahun sebelum dan dua tahun sesudah sertifikasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Dun & amp Bradstreet Inc terhadap 1.679 perusahaan yang telah melakukan sertifikasi ISO 9001 di tahun 1994 (Sutrisno, 30 November 2014), mengatakan bahwa 95% perusahaan yang telah menerima sertifikasi ISO 9001, tingkat efisiensi biaya operasionalnya meningkat dan biaya akibat pemborosan semakin berkurang. Hasil penelitian ini sejalan dengan studi kasus yang diterbitkan oleh Dallas Business Journal (1997), mengatakan bahwa perusahaan yang menerapkan ISO dapat mengurangi barang rusak akibat ketidaksesuaian terhadap persyaratan pelanggan ataupun akibat kehilangan kapasitas produksi karena kegagalan proses. Suharli (2009) menyatakan bahwa perusahaan yang telah memperoleh sertifikasi ISO umumnya mempunyai biaya kualitas yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang belum memperoleh sertifikasi ISO. Karena salah satu manfaat penerapan sertifikasi ISO 9001 adalah mengurangi biaya operasi perusahaan (Santos dan Leal Millan,2012).

Dari beberapa hasil penelitian terdahulu terlihat bahwa penerapan ISO 9001 berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Namun masih terdapat ketidakkonsistenan menunjukkan perbedaan kinerja keuangan sebelum dan sesudah sertifikasi ISO 9001. Berdasarkan penelitian selanjutnya peneliti tertarik mengembangkan penelitian Hutabarat (2011) yang berjudul Analisis Perbandingan Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*) dan Pertumbuhan

Penjualan (*Sales Growth*) Sebelum dan Sesudah Memperoleh Sertifikat ISO 9001:2000 Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pertama, penelitian Hutabarat (2011) menggunakan sertifikasi ISO 9001:2000 sedangkan penelitian ini menggunakan sertifikasi ISO 9001:2008. Kedua dalam penelitian ini adanya penambahan *operating ratio* yang dimaksudkan untuk mengetahui penggunaan biaya operasi perusahaan setelah diterapkannya sertifikasi ISO. Ketiga, periode penelitian tiga tahun sebelum dan sesudah diterapkannya sertifikasi, untuk menunjukkan perbedaan rata-rata kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan *gross profit margin*, *operating ratio* dan *sales growth*. Sedangkan Hutabarat (2011) menggunakan periode penelitian satu tahun sebelum dan dua tahun sesudah sertifikasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perbandingan *Gross Profit Margin*, *Operating Ratio* dan *Sales Growth* Sebelum dan Sesudah Menerapkan Sertifikasi ISO 9001:2008 Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas,beberapa masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Bagaimana penerapan sertifikasi ISO 9001:2008 dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis suatu perusahaan di era perdagangan bebas?
2. Apakah penerapan sertifikasi ISO 9001:2008 berpengaruh terhadap peningkatan laba perusahaan?
3. Apakah penerapan sertifikasi ISO 9001:2008 berpengaruh terhadap tingkat penjualan perusahaan?
4. Apakah penerapan sertifikasi ISO 9001:2008 berpengaruh terhadap tingkat efisiensi biaya operasi perusahaan?
5. Apakah terdapat perbedaan *gross profit margin*, *operating ratio* dan *sales growth* sebelum dan sesudah menerapkan sertifikasi ISO 9001:2008?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terarah, terfokus dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Oleh karena itu, penulis membatasi penelitian ini hanya memfokuskan kepada perbedaan *gross profit margin*, *operating ratio* dan *sales growth* sebelum dan sesudah menerapkan sertifikasi ISO 9001:2008 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada perbedaan *Gross Profit Margin* sebelum dan sesudah menerapkan sertifikat ISO 9001:2008 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah ada perbedaan *Operating Ratio* sebelum dan sesudah menerapkan sertifikasi ISO 9001:2008 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah ada perbedaan *Sales Growth* sebelum dan sesudah menerapkan sertifikasi ISO 9001:2008 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan *Gross Profit Margin* sebelum dan sesudah menerapkan ISO 9001:2008 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan *Operating Ratio* sebelum dan sesudah menerapkan ISO 9001:2008 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan *Sales Growth* sebelum dan sesudah menerapkan ISO 9001:2008 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap agar hasilnya dapat bermanfaat bagi banyak pihak antara lain :

1. Bagi peneliti dan akademisi

Dapat menambah wawasan pengetahuan dalam menganalisis pengaruh perolehan sertifikasi ISO 9001:2008 terhadap biaya operasi, pendapatan dan pertumbuhan penjualan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan untuk tetap konsisten melakukan sistem manajemen mutu dalam memproduksi produk dengan kualitas yang baik melalui sertifikasi ISO 9001:2008 .

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya penelitian dengan sertifikasi ISO 9001 dengan versi terbaru yang akan dirilis tahun depan yaitu ISO 9001:2015 untuk mendapatkan hasil yang lebih sempurna.