

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rilla (2009) dan Mathius (2010) yaitu dengan adanya biaya kualitas mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan.

Rilla dan Erwin (2009) yang berjudul Pengaruh Biaya kualitas Terhadap Penjualan (PT. Guardian Pratama) dari hasil uji T dan uji F biaya kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Memiliki kontribusi 95% terhadap penjualan dan 5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain biaya kualitas.

Mathius (2010) yang berjudul Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Profitabilitas (Studi kasus Pada The Majesty Hotel and Apartement, Bandung) dari hasil uji F maka semua biaya kualitas berpengaruh secara simultan dengan kontribusi sebesar 38,1% dan 61,7% dipengaruhi oleh variable yang lain.

Thio Lie Sha (2005) dari hasil penelitian menunjukkan penurunan total biaya mutu antara sebelum dan sesudah penerapan TQM sebesar 1,68%. Penurunan biaya kegagalan 46,83%, kenaikan investasi dalam biaya kegagalan dan penilaian 14,73%. Dalam hal ini penurunan total biaya mutu senilai dengan manfaat yang dihasilkan pada penerapan TQM. Sedangkan penelitian Henny, dkk (2008) yang dilakukan pada PT. AC hasil menunjukkan telah melakukan proses pengendalian mutu namun belum adanya prosedur pengawasan dengan baik. Hasil analisa dari data perusahaan menunjukkan mutu roti yang kurang baik dan kegagalan produk terjadi pada bulan Agustus dan September.

Rahmad dan Amalia (2007) dari hasil penelitian bahwa peningkatan alokasi dana untuk biaya pencegahan akan menurunkan biaya yang dikeluarkan rumah sakit untuk kegagalan internal.

Fanshurullah, dkk (2009) menunjukkan profitabilitas perusahaan jasa konstruksi di Indonesia sangat dipengaruhi oleh 2 (dua) faktor kritis yaitu mengikuti standar SMM (Sistem Manajemen Mutu) sesuai kesepakatan internasional dan secara bersamaan juga secara internal perusahaan melakukan gerakan pengendalian mutu secara terpadu dan konsisten. Peningkatan sertifikasi ISO 9001 sektor konstruksi sangat berpotensi dapat memberikan nilai tambah (*value added*) dan meningkatkan nilai GDP sektor konstruksi dan GDP nasional.

Hasil penelitian terdahulu dapat dibuat matrik seperti pada tabel 2.1 di bawah ini. Persamaan dari penelitian terdahulu adalah variabel yang digunakan sama yaitu biaya kualitas yang terbagi atas: biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal.

Perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah:

1. Dari penelitian yang dilakukan Thio (2005), Rahmad (2007), Henny (2008) adalah penelitian kualitatif, sedangkan penelitian yang saya gunakan adalah kuantitatif.
2. Dari penelitian yang dilakukan oleh Fanshurullah (2009) sama-sama jenis penelitian kuantitatif hanya variabel yang membedakan. Fanshurullah menggunakan variabel utama dalam sistem manajemen mutu, sedangkan penelitian yang saya gunakan biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal.

3. Penelitian yang dilakukan Rilla (2009) menggunakan variabel yang sama. Yang membedakan dengan penelitian yang saya gunakan adalah uji secara dominan, tempat penelitian yang digunakan adalah perusahaan BUMN yang masih dimonopoli dan periode yang digunakan 8 tahun yaitu mulai awal ISO 9001:2000 pada tahun 2004-2011.

Tabel 2.1

Hasil – Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variable	Metode	Hasil	Saran
1. Thio Lie Sha (2005)	Analisis Biaya Mutu Terhadap Keberhasilan Perusahaan Dalam Penerapan Manajemen Mutu Terpadu	Biaya kualitas meliputi: a. Biaya pencegahan b. Biaya penilaian c. Biaya kegagalan internal d. Biaya kegagalan eksternal	Analisis diagram Pareto dan Analisis Kecenderungan	Penurunan total biaya mutu antara sebelum dan sesudah penerapan TQM sebesar 1,68%. Penurunan biaya kegagalan 46,83%, kenaikan investasi dalam biaya kegagalan dan penilaian 14,73%. Dalam hal ini penurunan total biaya mutu senilai dengan manfaat yang dihasilkan pada penerapan TQM.	Agar pengendalian terhadap biaya mutu dapat dilakukan secara optimal maka perusahaan perlu melakukan evaluasi terus menerus terhadap setiap unsur biaya mutu yang nantinya akan meningkatkan efisiensi perusahaan.
2. Rahmad dan Amalia (2007)	Perhitungan dan Analisa Biaya Kualitas Pada Rumah Sakit “X”	Biaya Pencegahan, Biaya Penilaian, Biaya Kegagalan dan Pendapatan	Tren biaya kualitas dan rasio biaya kualitas	Bahwa peningkatan alokasi dana untuk biaya pencegahan akan menurunkan biaya yang dikeluarkan rumah sakit untuk kegagalan internal	Peneliti selanjutnya diharapkan agar meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi pendapatan selain dari biaya kualitas.
3. Henny, Musa, dan Hartrisari (2008)	Analisis Pengendalian Mutu Produksi Roti (kasus PT. AC Tangerang)	Faktor-faktor yang mempengaruhi proses produksi, rekomendasi	a. Cause and Effect Diagram (Diagram Sebab Akibat) b. Pareto Diagram (diagram	1. PT. AC telah melakukan proses pengendalian mutu namun belum adanya prosedur pengawasan dengan baik. 2. Hasil analisa dari data	Parameter pengendalian mutu sebaiknya ditingkatkan agar tidak hanya mengukur data atribut tetapi juga melakukan suatu penelitian laboratorium terhadap parameter yang dapat

		dalam penerapan pengendalian mutu.	Pareto) c. Control Chart Method	perusahaan menunjukkan mutu roti yang kurang baik dan kegagalan produk terjadi pada bulan Agustus dan September.	diukur seperti parameter kimia, mikrobiologi dan kandungan bahan dalam produk jadi roti.
4. Fanshurullah, Ismrth dan Yusuf (2009)	Variabel-Variabel Utama Dalam Sistem Manajemen Mutu untuk Meningkatkan Profitabilitas Jasa Kontruksi Indonesia berpotensi Meningkatkan <i>Gross Domestic Product</i> sektor Kontruksi	1. Profitabilitas 2. faktor-faktor kritis atau <i>critical success factor</i> (CSF) sistem manajemen mutu.	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dan <i>stratified random sampling</i> yaitu mengelompokkan populasi menjadi beberapa kelompok yang memiliki ciri-ciri yang sama kemudian dipilih secara proporsional.	1. Profitabilitas perusahaan jasa konstruksi di Indonesia sangat dipengaruhi oleh 2 faktor kritis yaitu mengikuti standar SMM (Sistem Manajemen Mutu) sesuai kesepakatan internasional dan secara bersamaan juga secara internal perusahaan melakukan gerakan pengendalian mutu secara terpadu dan konsisten. 2. Peningkatan sertifikasi ISO 9001 sektor konstruksi sangat berpotensi karena memberikan nilai tambah (<i>value added</i>) dan meningkatkan nilai GDP sektor konstruksi dan GDP nasional.	Agar profit terus meningkat maka diharapkan perusahaan jasa kontruksi menerapkan SMM. Dengan SMM konsumen dan perusahaan dapat saling mempengaruhi dan di pengaruhi

5. Rilla dan Erwin (2009)	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada PT. Guardian Pratama	Biaya kualitas meliputi: a. Biaya pencegah b. Biaya penilaian c. Biaya kegagalan internal d. Biaya kegagalan eksternal	1. Uji normalitas 2. Uji multikolinieritas 3. Uji heteroskedastisitas 4. Uji auto korelasi 5. Analisis linier berganda 6. Koefisien determinasi 7. Uji T 8. Uji F	Dari hasil uji T dan uji F biaya kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Memiliki kontribusi 95% terhadap penjualan dan 5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain biaya kualitas.	Dalam penelitian ini hanya difokuskan pada variable yang ada di biaya kualitas yang mempengaruhi penjualan sedangkan variable lain tidak diperhatikan. maka dari itu untuk penelitian selanjutnya harus lebih diteliti dari variabel yang bukan hanya dari kualitas saja.
6. Mathius (2010)	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Profitabilitas (Studi Pada The Majesty and Apartement, Bandung)	Biaya kualitas meliputi: a. Biaya Pencegahan b. Biaya Penilaian c. Biaya Kegagalan Internal d. Biaya Kegagalan Eksternal	1. Analisis Linier Berganda 2. Uji F	Dari hasil uji F didapatkan biaya kualitas berpengaruh secara simultan dengan kontribusi sebesar 38,1% dan sisanya 61,7% dipengaruhi selain biaya kualitas.	Agar lebih ditingkatkan kualitas yang ada sehingga konsumen yang ingin menginap lebih banyak dan nyaman.

Sumber : Data Penelitian terdahulu diolah

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Biaya Kualitas

2.2.1.1 Definisi Kualitas

Menurut Juran (V. Daniel Hunt, 1933:32) kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Kecocokan penggunaan itu didasarkan pada lima ciri utama, sebagai berikut:

1. Teknologi yaitu kekuatan atau daya tahan.
2. Psikologi yaitu citra rasa atau status.
3. Waktu yaitu keandalan.
4. Kontraktual yaitu adanya jaminan.
5. Etika yaitu sopan santun, jujur atau ramah.

Pengertian Kualias menurut:

Crosby (1979:58) kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Deming (1982:176) kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar. Perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen. Feigenbaum (1986:7) kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*).

Meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas yang diterima secara universal namun dari definisi kualitas diatas terdapat beberapa persamaan yaitu dalam elemen-elemen sebagai berikut:

- a) Kualitas mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b) Kualitas mencakup produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan.

- c) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misal apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

2.2.1.2 Pengertian Biaya Kualitas

Dalam melakukan biaya kualitas secara terus-menerus dan mencegah kerusakan produksi maka diperlukannya biaya kualitas. Biaya kualitas yang makin menurun merupakan salah satu indikasi kualitas barang dan jasa makin baik yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Sehingga para pakar mendefinisikan biaya kualitas sebagai berikut:

Nasution (2001:127) Biaya Kualitas adalah biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk. Hansen dan Women (2005:7) Biaya Kualaitas adalah biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk produk yang buruk kwalitasnya. Gantino & Erwin *Journal of Applied Finance and Accounting* 2(2) 138–168 dalam Garrison, et al (2006), Biaya Kualitas adalah semua biaya yang harus dikeluarkan karena adanya barang cacat.

Jadi berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat didefinisikan bahwa biaya kualitas adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas produk atau mencapai standar yang telah ditetapkan. Biaya kualitas perlu dikelola sedemikian rupa untuk mencapai suatu tingkat kualitas agar produk yang dibuat atau jasa yang diserahkan sesuai dengan spesifikasi rancangan dan bebas dari cacat atau masalah yang akan mempengaruhi penampilan atau kinerja yang diukur dengan kesesuaiannya terhadap keinginan pelanggan.

2.2.1.3 Jenis-Jenis Biaya Kualitas

Langkah pertama yang harus dilakukan dalam perencanaan dan pengendalian biaya kualitas untuk mendukung tujuan perusahaan adalah mengidentifikasi biaya kualitas tidak hanya pada saat terditeksi, produk rusak, tetapi berasal dari dibelinya bahan baku sampai produk jadi yang dihasilkan perusahaan berada ditangan konsumen. Identifikasi dan pengelompokan biaya-biaya yang termasuk biaya kualitas yaitu biaya yang berhubungan pembuatan, penemuan, perbaikan atau pencegahan produk rusak. J.M. Juran (1993) adalah oarang yang pertama mengelompokkan biaya kualitas dibagi menjadi:

1. Biaya Pencegahan (*Prevention Cost*)

Biaya pencegahan adalah biaya yang berhubungan dengan upaya pencegahan kegagalan internal maupun eksternal, sehingga meminimalkan biaya kegagalan internal dan eksternal. Dengan demikian, semakin besar biaya pencegahan yang dikeluarkan, maka jumlah produk cacat yang dihasilkan akan berkurang dan biaya kegagalan semakin kecil. Biaya-biaya yang termasuk dalam biaya pencegahan diantaranya biaya-biaya yang dikeluarkan untuk:

1) Biaya Diklat

Biaya Dikalat adalah biaya yang digunakan untuk kegiatan menambah pengetahuan karyawan. Biaya diklat lebih banyak didalam ruangan atau semacam *took show*.

2) Biaya Pelatihan (*Training*)

Biaya pelatihan adalah biaya yang dikeluarkan untuk pengembangan, penyimpangan, pelaksanaan, penyelenggaraan, dan pemeliharaan program pelatihan secara formal masalah kualitas.

3) Biaya Operasional

Biaya pengendalian proses adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk teknik ataupun operasional perusahaan.

4) Biaya PDKB (Pemeliharaan Dalam Keadaan Betegangan)

PDKB merupakan pekerjaan untuk memelihara jaringan listrik PLN yang dilakukan tanpa melakukan pemutusan tegangan listrik (pemadaman). Pekerjaan ini bertujuan untuk menjaga pasokan listrik kepada pelanggan secara terus menerus dan memberikan keandalan yang baik kepada pelanggan.

2. Biaya Penilaian (*Appraisal Cost*)

Biaya penilaian adalah biaya yang dikeluarkan untuk menentukan apakah produk dan jasa telah memenuhi persyaratan kualitas yang telah ditetapkan. Tujuan utama dari fungsi penilaian ini adalah untuk menghindari terjadinya kesalahan dan kerusakan produk sampai ke tangan konsumen. Biaya-biaya yang termasuk dalam biaya penilaian adalah :

1) Biaya Pelaporan Mutu (*Quality Reporting*)

Biaya pelaporan Mutu adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengevaluasi tindakan yang dilakukan terhadap rencana kualitas keseluruhan.

2) Bonus diberikan apabila target sudah mencapai realisasi.

3) Penilaian Kinerja

3. Biaya Kegagalan Internal (*Internal Failure Cost*)

Biaya kegagalan internal adalah biaya-biaya yang berhubungan dengan kesalahan dan non-konfigurasi yang ditemukan sebelum menyerahkan produk kepada pelanggan. Yang termasuk biaya ini adalah :

1) Biaya Perbaikan Teknik

Biaya Peralatan Teknik adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk perbaikan peralatan teknik yang digunakan oleh PLN agar tidak merugikan konsumen. Peralatan teknik meliputi: Transformator, switchchanger dan jaringan, kabel, alat pengukur dan control, menara, tiang, jaringan distribusi, gardu distribusi, dan perlengkapan lain-lain distribusi.

2) Biaya Susut

Susut (losses) atau kerugian akibat tidak dapat dijualnya kepada konsumen dapat terjadi karena alasan Teknis dan Non Teknis.

3) Pemadaman

4. Biaya Kegagalan Eksternal (*External Failures Cost*)

Biaya kegagalan eksternal adalah biaya-biaya yang berhubungan dengan kesalahan dan non-konformasi yang ditemukan setelah produk itu diserahkan pada pelanggan. Biaya ini merupakan biaya yang paling merugikan, karena dapat menyebabkan reputasi perusahaan buruk, kehilangan pelanggan dan pangsa pasar. Yang termasuk biaya kegagalan eksternal adalah :

1) Penanganan Keluhan Pelanggan

Biaya ini meliputi semua biaya-biaya yang terjadi karena adanya keluhan-keluan tertentu sehingga memerlukan pemeriksaan, reparasi atau penggantian/ penukaran produk.

2) Biaya yang dikeluarkan untuk tenaga listrik dan APP(Alat Penghubung dan Pembatas)

Biaya ini meliputi biaya-biaya yang terjadi kerusakan antara lain: pelebur pembatas putus/hilang, MCB pembatas rusak, kerusakan/ gangguan masuk layanan (SMP), jatuhnya pemutus asutan motor.

3) Kelompok Gardu distribusi

Biaya ini meliputi biaya-biaya yang terjadi pada gardu distribusi meliputi: pelebur tegangan menengah putus dan jumper trafo tiang rusak.

4) Kelompok JTR

Biaya ini meliputi biaya-biaya yang terjadi pada kelompok JTR meliputi: pelebur konektor, pelebur TR putus, jumper SUTR rusak.

2.2.1.4 Manfaat Manajemen Kualitas

Hansen dan Women (2005:4) mengemukakan bahwa peningkatan kualitas dapat meningkatkan profitabilitas dengan melalui dua cara: 1) dengan meningkatkan permintaan pelanggan dan 2) dengan mengurahi biaya. Pendapat lain juga Russel (1996) kualitas memiliki peran penting dalam perusahaan dalam konteks persaingan, yaitu:

1. Kualitas akan meningkatkan reputasi perusahaan

Perusahaan yang mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan bisa diterima masyarakat, mengedepankan kualitas yang melekat pada perusahaan. Jika hal ini bisa dipertahankan secara konsisten. Maka perusahaan tersebut akan memiliki reputasi perusahaan di mata konsumen yang meningkat.

2. Kualitas akan menurunkan biaya

Peningkatan kualitas yang dilakukan perusahaan sering kali mengakibatkan pembekaan pada biaya atau antara peningkatan kualitas dengan biaya memiliki korelasi searah. Jika demikian terjadi bisa diduga biaya pengembangan produk akan besar sehingga produk harus diberi harga mahal. Untuk melakukan penghematan maka perusahaan harus berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen. Langkah seperti ini akan menghemat biaya karena produk yang diterima baik oleh konsumen.

3. Kualitas akan meningkatkan pangsa pasar

Konsumen saat ini semakin rasional yang hanya akan memilih produk berkualitas dengan harga wajar atau bahkan rendah. Jika perusahaan mampu memenuhi kualitas produk dengan harga rendah maka pangsa pasar akan meningkat.

4. Pertanggung jawaban produk

Pencapaian kualitas produk yang diterima konsumen akan membawa implikasi meningkatnya budaya perusahaan.

5. Kualitas memiliki dampak internasional

Jika kualitas produk yang diterima konsumen dan mampu dipertahankan secara konsistendan terus-menerus maka akan membawa dampak semakin dikenalnya produk tersebut dalam lingkup yang semakin luas di tingkat internasional.

6. Penampilan produk atau layanan

Produk yang mampu secara konsisten memenuhi keinginan konsumen maka konsumen akan semakin percaya, akrab, dan familiar dengan produk tersebut.

7. Mewujudkan kualitas yang dinilai penting

Idealnya penentuan spesifikasi produk dilakukan setelah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen serta atribut produk yang dinilai penting bagi konsumen. Dengan demikian perusahaan yang berobsesi terhadap kualitas hanya akan mewujudkan kualitas yang dinilai penting oleh konsumen.

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kualitas terhadap kepuasan pelanggan adalah atandar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan :

a) Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ إِسْحَاقَ حَدَّثَنَا ابْنُ لَهَيْعَةَ عَنْ يَزِيدَ بْنِ أَبِي حَبِيبٍ عَنْ ابْنِ
عَنْ عُقْبَةَ بْنِ عَامِرٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَحِلُّ لِمَرِيٍّ مُسْلِمٍ أَنْ يُغَيِّبَ مَا بَدَّلَعَتْهُ عَنْ أَخِيهِ إِنْ
عَلِمَ بِهَا تَرَكَهَا

Artinya:

“Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seseorang muslim, apabila ia bedagang saudaranya dan menemukan cacat kecuali diketerangkannya”. HR. Ahmad dan Thobrani (Yusuf Qardhawi, 1997:178).

b) Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya. Tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjualan menjelaskan ciri-ciri kualitas dan harga degang kepada pembeli tanpa melebih-lebihnya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang dan jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

c) Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadist mutafaq'alah dari hakim bin hazm disebutkan bahwa:

حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ حَدَّثَنَا سَعِيدٌ يَعْنِي ابْنَ أَبِي عَرُوبَةَ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ أَبِي الْخَلِيلِ
عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْحَارِثِ الْهَاشِمِيِّ عَنْ حَكِيمِ بْنِ حَزَامٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ
صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا رُزْقًا
بَرَكَتَهُ بَيَّعَهُمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَّ بَرَكَتَهُ بَيَّعَهُمَا

Artinya:

“Kedua orang yang melakukan akad jual beli berhak khiyar (pilihan antara mengambil barang atau mengembalikannya karena adanya cacat) selama keduanya belum terpisah jika keduanya jujur dan menjelaskan barangnya maka keduanya di karuniai rizki yang barokah pada jual-beli keduanya namun jika keduanya bohong dan menyembunyikan sesuatu dirinya maka barokah jual-beli keduanya akan di hapus”.

2.2.1.5 Kualitas Pelayanan (Jasa)

Nursya 'bani Purnama (2006:19-20) dalam Wyckof dan Lovelock (1988) kualitas pelayanan jasa sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Sedangkan menurut Nursya 'bani Purnama (2006) dalam Prasuraman, et al. (1988) kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (perspepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

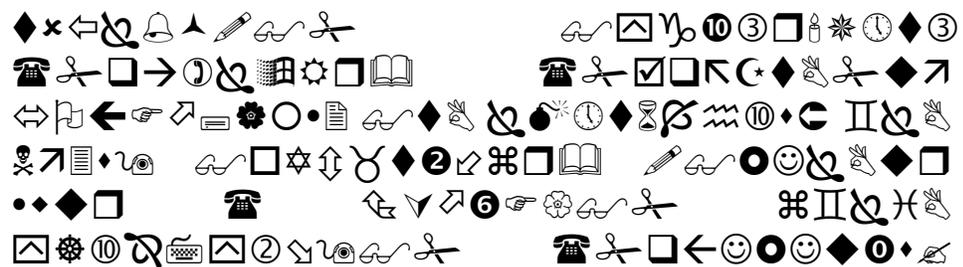
Nursya 'bani Purnama (2006:19-20) menurut Zethaml, Berry dan Parasuraman (1985) kualitas layanan dapat dilihat dari 10 dimensi, yaitu:

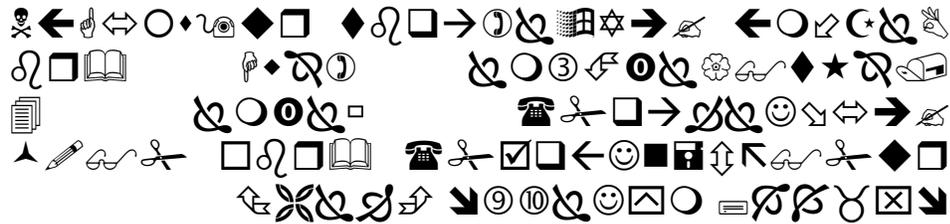
1. *Communication*, penggunaan bahasa komunikasi yang bisa dipahami konsumen.
2. *Credibility*, kepercayaan konsumen terhadap penyedia layanan.
3. *Security*, keamanan konsumen, bebas resiko, bahaya, dan keragu-raguan.

4. *Knowing the customer*, pemahaman penyedia layanan terhadap kebutuhan dan harapan konsumen.
5. *Tangibles*, dalam member layanan harus ada standar pengukurannya.
6. *Reability*, konsistensi penyedia layanan dan kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi janji.
7. *Responsiveness*, kemauan dan kesediaan penyedia layanan dalam member layanan.
8. *Competence*, kemampuan atau keahlian penyedia layanan dalam memberikan layanan.
9. *Acces*, kemampuan pendekatan dan kemudahan penyedia layanan untuk bisa dihubungi konsumen.
10. *Courtesy*, kesopanan, rasa hormat, perhatian dan keadilan penyedia layanan ketika berhubungan dengan konsumen.

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terkait dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Didalam islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka wajib baginya untuk terikat dengan seluruh syariat islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah swt sesuai dengan cara yang sudah ditetapkan.

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:





Artinya:

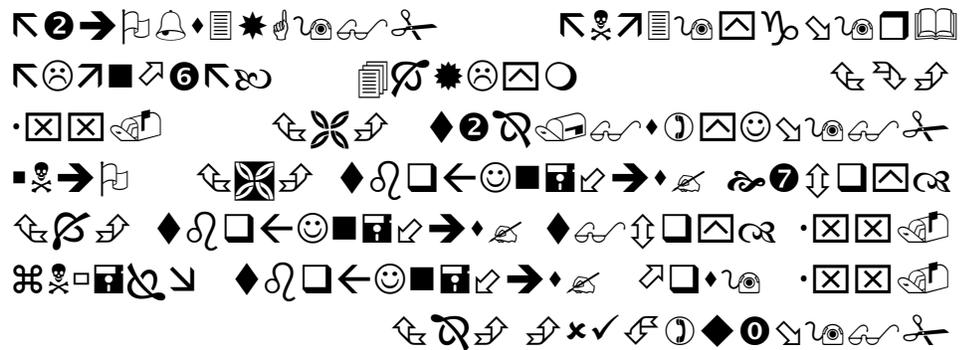
“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Departemen Agama RI, 2004:46)

Menurut Thorik G. dan Utus H. (2006:77) pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaian apapun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan.

Salah satu dimensi kualitas pelayanan adalah *tangibles* (bukti langsung). Menurut mazhab mainstream dalam Adiwarmanto Karim (2003:49) menjelaskan perbedaan ekonomi Islam dan konvensional terletak dalam menyelesaikan masalah. Dilema sumber daya yang terbatas versus keinginan yang tak terbatas memaksa manusia untuk melakukan pilihan-pilihan atas keinginannya.

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh

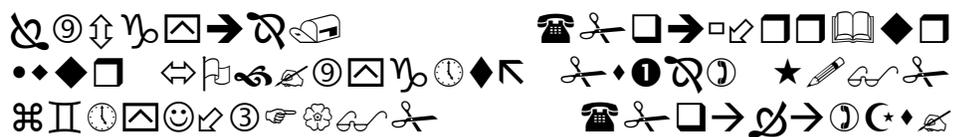
juga mengabaikan. Sedangkan dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semauanya saja, semua perilaku harus dipandu oleh Allah lewat Al-Qur'an dan Hadist. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al Qur'an surat At-Takaatsur 1-5 yaitu:

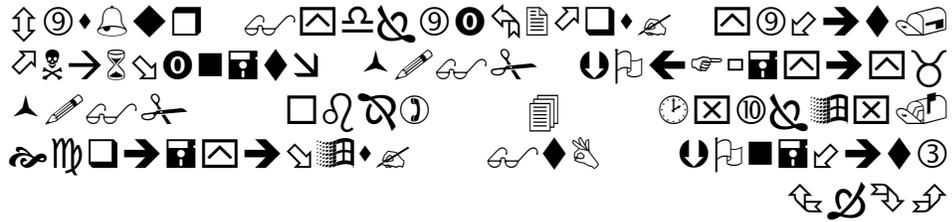


Artinya:

“bermegah-megah telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk kedalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu) dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin” (Departemen Agama RI, 2004:601).

Fasilitas yang memberikan dalam melakukan pelayanan terlihat semu tanpa adanya *reliability* (keandalan) dari perilaku bisnis. Keandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpecaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al Qur'an surat An-Nahl ayat 91, yaitu:





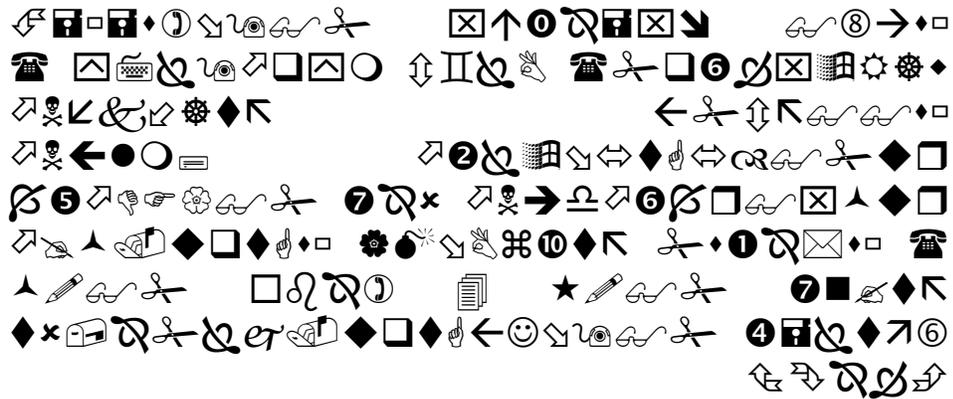
Artinya:

“Dan tepatilah janjimu dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat” (Departemen Agama RI, 2004:278).

Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalahgunakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, sebagaimana terdapat dalam hadis Rasulullah saw diriwayatkan oleh Bukhari yang artinya: “apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyalahgunakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya” (Thorik G. dan Utus H., 2006:116).

Adanya *assurance* (jaminan) juga dapat menunjukkan nilai plus tersendiri bagi perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan. Jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopanan, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan. Adiwarman Karim (2003:73) menjelaskan bahwa baik Buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Al Qur’an Surat Ali Imran ayat 159 menjelaskan:





Artinya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya” (Departemen Agama RI, 2004:72)

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahlembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauhjauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari *responsiveness* (daya tanggap) karyawan, yang mana karyawan memiliki kemauan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat menunjukkan pelaku bisnis yang profesional. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat

bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, sebagaimana terdapat dalam hadist Rasullah saw diriwayatkan oleh Bukhari no 57 seperti dibawah ini:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سِدْنَانٍ حَدَّثَنَا فُلَيْحُ بْنُ سُلَيْمَانَ حَدَّثَنَا هِلَالُ بْنُ عَلِيٍّ عَنْ عَطَاءِ
 بْنِ يَسَّارٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
 وَسَلَّمَ إِذَا ضَيَّعْتُمْ لَهَا الْأَنْتَظِرُ السَّاعَةَ قَالَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ
 إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرُ السَّاعَةَ

Artinya:

“apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat ya Rasullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya” (Thorik G. dan Utus H., 2006:116).

Hadist diatas menjelaskan bahwa setiap manusia hendaknya tidak menyia-nyiakan amanat menjadi tanggung jawabnya, dapat bekerja dengan keahlian yang baik sehingga tidak akan mengalami kehancuran. Ketika pelaku bisnis bekerja memberikan pelayanan dengan keahliannya (kompeten) maka akan dengan tanggap (cepat dan tepat) sehingga pelanggan akan memperoleh kepuasan. Profesionalisme dan kompetensi terhadap sebuah pekerjaan adalah dua hal yang saling berkaitan, namun kadang ada individu yang memaksakan diri mengerjakan sebuah pekerjaan yang bukan bidangnya (sesuatu yang dikuasai dengan baik) sehingga yang terjadi adalah kerugian, baik dari sisi waktu pelaksanaan pekerjaan maupun kerugian materil.

Faktor lain dapat dilihat dari *empathy* (empati) yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan/konsumen. Sikap empati ditunjukkan melalui kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dalam Islam sikap empati

merupakan wujud dari kemauan untuk memberikan kemudahan pada pelanggan dengan senang hati dalam melakukan transaksi, disaat pelanggan mengalami kesulitan maka karyawan siap membantu, seperti dijelaskan dalam hadist Nabi Muhammad saw yang diriwayatkan oleh Bukhori Muslim no 2100 yaitu:

حَدَّثَنَا مُدَمَّدُ بْنُ يُوسُفَ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ عَنْ أَبِي بُرْدَةَ قَالَ أَخْبَرَنِي جَدِّي أَبُو بُرْدَةَ
عَنْ أَبِيهِ أَبِي مُوسَى الْأَشْجَعِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ الْخَازِنُ الْأَمِينُ يُؤَدِّي مَا أَمَرَ بِهِ طَيِّبَةً نَفْسُهُ أَحَدُ الْمُتَصَدِّقِينَ

Artinya:

“Abu Musa al-Asy’ary ra. Berkata: berdsabda nabi saw, “Bendahara yang terpercaya menunaikan tugas yang di embannya dengan baik adalah terhitung salah satu Al-Mutashoddiqin (Orang yang bersedekah).”

Hadist diatas menjelaskan bahwa apa-apa yang diamatkan kepada setiap manusia hendaknya dikerjakan secara sempurna dengan senang hati, begitu juga dengan karyawan yang telah diamati untuk memberikan pelayanan maka hendaknya memberikan pelayanan yang baik, penuh dengan perhatian dan rela membantu pelanggan dengan ikhlas.

Berkaitan dengan pelayanan, hubungan kerja atau bisnis islam telah mengatur bahwa setiap orang maupun organisasi wajib memberikan pelayanan yang berkualitas pada waktu kita memberikan pelayanan kepada orang lain hendaknya bermurah hati (misalnya senyum, ramah tamah dan sopan santun).

Didalam Al-Qur’an juga dijelaskan bahwa diharuskan untuk melakukan sikap saling menghormati antara sesama. jika kita menghormati atau dihormati orang lain maka balaslah dengan sikap penghormatan itu yang lebih baik. Sebagaiman firman Allah yang dijelaskan dalam Qs. An Nisa:86



Artinya:

Apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa). Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu.

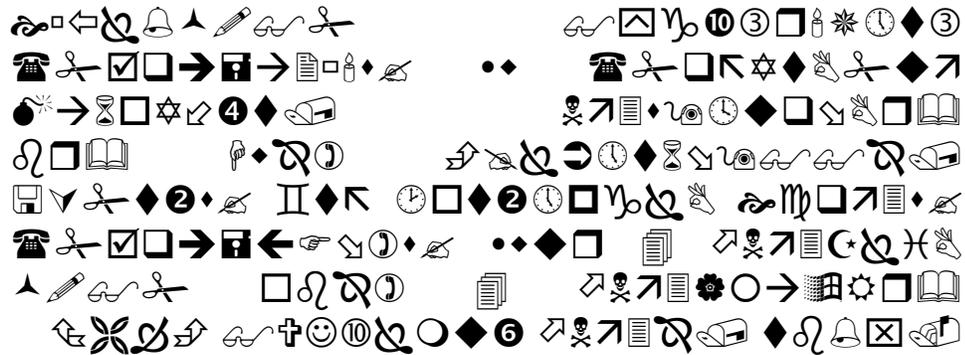
Sikap inilah yang harus dilakukan oleh karyawan dalam memberikan sikap hormat dan ramah. sikap ini dapat menumbuhkan sikap loyalitas pelanggan terhadap jasa yang telah diberikan. Pelayanan yang baik apabila seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa tentram dan bahagia yang memberikan implikasi baik terbentuknya hubungan dalam rangka mempererat tali silaturahmi diantara kedua belah pihak.

2.2.2 ISO

2.2.2.1 Pengertian ISO

ISO adalah sebuah kata yang berasal dari bahasa Yunani yang berarti sama (Suardi, 2003). Pertama kali ISO didirikan di Jenewa, Swiss, pada tahun 1947. ISO merupakan singkatan dari International Organization for Standardization. ISO adalah badan standar dunia yang dibentuk untuk meningkatkan perdagangan internasional yang berkaitan dengan perubahan barang dan jasa. ISO dapat disimpulkan sebagai koordinasi standar kerja internasional, publikasi standar harmonisasi internasional, dan promosi pemakaian standar internasional.

Sebagai agama universal yang tidak pernah lalai dalam memperhatikan perkembangan umat dan kegiatannya, baik ibadah, atau muamalah seperti, jual beli, bisnis peningkatan kualitas Islam tak hanya memperhatikan spiritual ummatnya, tapi semua aktivitasnya, sebagaimana tertera dalam firman Allah swt.:



Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesama kamu dalam keadaan bathil (menipu) kecuali kamu sama-sama ridha (memiliki kepuasan atau jauh dari penipuan)”. (QS. An nisa’: 29).

Pada intinya, ISO bertujuan untuk mengharmonisasi standar-standar nasional di masing-masing negara menjadi satu standar internasional yang sama. ISO digunakan sebagai: (Rabbit & Bergh, 1994)

1. Fondasi dari kegiatan perbaikan yang kontinu untuk kepuasan pelanggan.
2. Sistem dokumentasi yang benar dari perusahaan
3. Cara yang jelas dan sistematis dari manajemen mutu.
4. Mendapatkan stabilitas dan konsistensi dalam kegiatan dan sistem.
5. Kerangka kerja yang bagus untuk perbaikan mutu.
6. Praktek manajemen yang lebih efektif dengan otoritas dan tanggung jawab yang jelas terhadap orang yang berkaitan dengan mutu proses dan produk.
7. Pedoman untuk melakukan segala sesuatu dengan benar di setiap saat.

Cara untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, mutu, dan kemampuan berkompetensi dari perusahaan. Persyaratan untuk melakukan bisnis internasional Seri ISO 9000 Ada berbagai macam seri dari ISO 9000 yang memiliki standar, pedoman, dan laporan yang terangkum di dalamnya. Seri ISO 9000 terdiri dari: (Suardi, 2003, p. 33-34)

- ISO 9000:2000: Dasar dan Kosakata Sistem Manajemen Mutu
- ISO 9001:2000: Persyaratan Sistem Manajemen Mutu
- ISO 9004:2000: Pedoman untuk Kinerja Peningkatan Sistem Manajemen Mutu
- ISO 19011: Pedoman Audit Sistem Manajemen Mutu dan Lingkungan

2.2.2.2 Pengertian ISO 9001:2000

ISO 9001:2000 adalah suatu standar internasional untuk sistem manajemen kualitas. ISO 9001:2000 menetapkan persyaratan-persyaratan dan rekomendasi untuk desain dan penilaian dari suatu sistem manajemen mutu, yang bertujuan untuk menjamin bahwa organisasi akan memberikan produk yang dapat menjamin kepuasan pelanggan. ISO 9001:2000 bukan merupakan standar produk.

ISO 9001:2000 hanya merupakan standar sistem manajemen (Gaspersz, 2001, p.1). ISO 9001:2000 bukan merupakan standar produk, karena tidak menyatakan persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi oleh produk. ISO 9001:2000 hanya merupakan standar sistem manajemen mutu (Gaspersz, 2001,p.1).

2.2.2.3. Seri ISO 9000

Beberapa seri ISO 9000 antara lain : (Gaspersz, 1997:288)

1. ISO 9000-1, Manajemen Kualitas dan Standar Jaminan Kualitas Petunjuk untuk Pemilihan dan Penggunaan.
2. ISO 9000-2, Petunjuk untuk Aplikasi ISO 9001, ISO 9002, dan ISO 9003.
3. ISO 9000-3, Petunjuk untuk Aplikasi ISO 9001 pada Pengembangan, Penawaran, Pemberian Perangkat Lunak (*software*).
4. ISO 9000-4, Petunjuk pada Kelangsungan Manajemen Program.
5. ISO 9001, Sistem Kualitas Model untuk Jaminan Kualitas dalam Desain/Pengembangan, Produksi, Instalasi, dan Pelayanan.
6. ISO 9002, Sistem Kualitas Model untuk Jaminan Kualitas dalam Produksi dan Instalasi.
7. ISO 9003, Sistem Kualitas Model untuk Jaminan kualitas dalam Inspeksi dan Pengujian Akhir.
8. ISO 9004-1, Manajemen Kualitas dan Elemen-elemen Sistem Kualitas–Suatu petunjuk.
9. ISO 9004-2, Manajemen Kualitas dan Elemen-elemen Sistem Kualitas– Petunjuk untuk Jasa.
10. ISO 9004-3, Petunjuk untuk material yang diproses.
11. ISO 9004-4, Petunjuk untuk Perbaikan Kualitas.
12. ISO 9004-5, Petunjuk untuk Rencana-rencana Kualitas.
13. ISO 9004-6, Petunjuk Jaminan kualitas untuk manajemen Proyek.
14. ISO 9004-7, Petunjuk untuk Manajemen Konfigurasi.

15. ISO 9004-8, Petunjuk untuk Prinsip-prinsip Kualitas dan Penerapannya dalam praktek Manajemen.

2.2.2.4 Model Proses ISO 9001:2000

Model proses ISO 9001:2000 terdiri dari lima bagian utama yang menggambarkan sistem manajemen organisasi, yaitu (Gaspersz, 2001, p.3):

1. Sistem Manajemen Kualitas (Klausul 4 dari ISO 9001:2000).
2. Tanggung Jawab Manajemen (Klausul 5 dari ISO 9001:2000).
3. Manajemen Sumber Daya (Klausul 6 dari ISO 9001:2000).
4. Realisasi Produk (Klausul 7 dari ISO 9001:2000).
5. Analisis, Pengukuran, dan Peningkatan (Klausul 8 dari ISO 9001:2000).

Prinsip-Prinsip ISO 9001:2000 disusun berlandaskan pada delapan prinsip dasar. Prinsip-prinsip ini digunakan oleh top management untuk membantu meningkatkan kinerja dari sebuah industri atau perusahaan. Berikut ini adalah 8 prinsip dasar ISO 9001:2000 (Gaspersz, 2001, p. 75-84):

1. Fokus Pelanggan Industri atau perusahaan sangat tergantung pada pelanggan. Karena itu, setiap industri atau perusahaan harus memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan baik kebutuhan dan keinginan sekarang maupun yang akan datang.
2. Kepemimpinan Pemimpin dari industri atau perusahaan harus mampu menetapkan tujuan dan arah dari industri atau perusahaan. Selain itu, pemimpin dari industri atau perusahaan harus menciptakan dan memelihara lingkungan internal agar orang-orang dapat menjadi terlibat secara penuh dalam mencapai tujuan-tujuan industri atau perusahaan.

3. Keterlibatan Personel Keterlibatan personel merupakan faktor yang penting. Dengan melibatkan seluruh personel, manfaat yang diterima industri atau perusahaan akan lebih besar. Manfaat-manfaat yang diperoleh apabila industri atau perusahaan menerapkan prinsip keterlibatan personel adalah:

- 1) Orang-orang dalam industri atau perusahaan menjadi termotivasi, memberikan komitmen, dan terlibat.
- 2) Orang-orang dalam industri atau perusahaan lebih giat dalam melakukan inovasi agar tujuan-tujuan industri atau perusahaan tercapai.
- 3) Orang-orang dalam industri atau perusahaan menjadi bertanggung jawab terhadap kinerja mereka.

4. Pendekatan Proses Suatu hasil yang diinginkan akan tercapai secara lebih efisien, apabila aktivitas dan sumber-sumber daya yang berkaitan dikelola sebagai suatu proses. Salah satu metode yang dipakai untuk pendekatan proses adalah PDCA. PDCA secara singkat dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Plan : Tetapkan tujuan dan proses yang diperlukan untuk menyerahkan hasil yang sesuai dengan persyaratan pelanggan
- 2) Do : Implementasi proses
- 3) Check : Memantau dan mengukur proses terhadap kebijakan tujuan dan persyaratan bagi produk dan laporkan hasilnya
- 4) Action : Lakukan tindakan perbaikan secara berkelanjutan

5. Pendekatan Sistem Terhadap Manajemen Pengidentifikasian, pemahaman, dan pengelolaan, dari proses-proses yang saling berkaitan sebagai suatu sistem, akan memberikan kontribusi pada efektivitas dan efisiensi terhadap industri atau perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuannya.
6. Peningkatan Terus-Menerus Peningkatan terus-menerus dari kinerja organisasi secara keseluruhan harus menjadi tujuan tetap dari organisasi. Peningkatan terus-menerus dilakukan untuk meningkatkan efektivitas organisasi untuk memenuhi kebijakan dan tujuan dari organisasi.
7. Pendekatan Faktual dalam Pembuatan Keputusan Keputusan yang efektif adalah berdasarkan pada analisis data dan informasi. Analisis data dan informasi berguna untuk menghilangkan akar penyebab masalah, sehingga masalah-masalah mutu dapat terselesaikan secara efektif dan efisien. harus ditujukan untuk meningkatkan kinerja organisasi dan efektivitas implementasi sistem manajemen mutu.
8. Hubungan Pemasok yang Saling Menguntungkan Suatu industri dan pemasoknya adalah saling tergantung, dan suatu hubungan yang saling menguntungkan akan meningkatkan kemampuan bersama dalam menciptakan nilai tambah.

2.2.3 Laporan Keuangan

2.2.3.1 Pengertian laporan Keuangan

Beberapa buku menyebutkan definisi laporan keuangan, antara lain:

Laporan keuangan (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009) adalah: ringkasan dari proses akuntansi selama tahun buku yang bersangkutan yang digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu

perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap data atau aktivitas perusahaan tersebut.

Laporan keuangan (Brigham & Houston, 2009:44) adalah beberapa lembar kertas dengan angka-angka yang tertulis di atasnya, tetapi penting juga untuk memikirkan aset-aset nyata yang mendasari angka-angka tersebut.

2.2.3.2 Jenis-Jenis Laporan Keuangan

Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009):

- a. Neraca : bagian dari laporan keuangan suatu entitas yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan posisi keuangan entitas tersebut pada akhir periode tersebut. Neraca terdiri dari tiga unsur, yaitu aset, liabilitas, dan ekuitas yang dihubungkan dengan persamaan akuntansi berikut:

$$\text{aset} = \text{liabilitas} + \text{ekuitas}$$

Informasi yang dapat disajikan di neraca antara lain posisi sumber kekayaan entitas dan sumber pembiayaan untuk memperoleh kekayaan entitas tersebut dalam suatu periode akuntansi (triwulanan, caturwulanan, atau tahunan)

- b. Laporan laba rugi: bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menjabarkan unsur-unsur pendapatan dan beban perusahaan sehingga menghasilkan suatu laba (atau rugi) bersih. Unsur-unsur laporan laba rugi biasanya terdiri dari: Pendapatan dari penjualan, biaya-biaya.
- c. Laporan perubahan ekuitas

- d. Laporan perubahan posisi keuangan yang dapat disajikan berupa laporan arus kas atau laporan arus adalah dana bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan aliran masuk dan keluar uang (kas) perusahaan.

Unsur yang berkaitan secara langsung dengan pengukuran posisi keuangan adalah aktiva, kewajiban, dan ekuitas. Sedangkan unsur yang berkaitan dengan pengukuran kinerja dalam laporan laba rugi adalah penghasilan dan beban. Laporan posisi keuangan biasanya mencerminkan berbagai unsur laporan laba rugi dan perubahan dalam berbagai unsur neraca.

2.2.3.3 Tujuan Laporan Keuangan

Laporan keuangan yang dihasilkan oleh setiap organisasi memiliki suatu tujuan tertentu. Walaupun satu badan usaha memiliki bidang usaha dan karakteristik yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya, tetapi secara umum laporan keuangan disusun dengan tujuan sebagai berikut (Ikatan Akutansi Indonesia, 2009) :

1. Untuk memberikan informasi keuangan yang dapat dipercaya mengenai sumber-sumber ekonomi, dan kewajiban serta modal suatu perusahaan.
2. Untuk memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai perubahan dalam sumber-sumber ekonomi suatu perusahaan yang timbul dalam aktivitas usaha dalam rangka memperoleh laba.
3. Untuk memberikan informasi keuangan yang membantu para pemakai laporan dalam mengestimasi potensi perusahaan guna menghasilkan laba di masa mendatang.
4. Untuk memberikan informasi keuangan yang membantu para pemakai laporan dalam mengestimasi potensi perusahaan guna menghasilkan laba.

5. Untuk memberikan informasi penting lainnya mengenai perubahan dalam sumber-sumber ekonomi dan kewajiban, seperti informasi mengenai aktivitas pembelanjaan dan investasi.
6. Untuk mengungkapkan sejauh mungkin informasi lain yang berhubungan dengan laporan keuangan yang relevan untuk kebutuhan pengguna laporan, seperti informasi mengenai kebijaksanaan akuntansi yang dianut perusahaan.

2.2.3.4 Kualitas Laporan Keuangan

1. Relevan

Setiap jenis laporan keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan harus sesuai dengan maksud penggunaannya sehingga dapat bermanfaat.

2. Dapat dimengerti

Laporan keuangan harus disusun dengan istilah dan bahasa yang sesederhana mungkin sehingga dapat dimengerti oleh pihak yang membutuhkannya.

3. Daya uji

Informasi keuangan yang dihasilkan suatu perusahaan harus dapat diuji oleh seorang pengukur yang independen dengan menggunakan metode pengukuran yang sama.

4. Netral

Informasi keuangan harus ditujukan kepada tujuan umum pengguna, bukan ditujukan kepada pihak tertentu saja. Laporan keuangan tidak boleh berpihak pada salah satu pengguna laporan keuangan tersebut.

5. Tepat waktu

Laporan keuangan yang terlambat penyampaiannya akan membuat pengambilan keputusan perusahaan menjadi tertunda dan tidak relevan lagi dengan waktu dibutuhkanya informasi tersebut.

6. Daya banding

Laporan keuangan suatu perusahaan harus dapat dibandingkan dengan laporan keuangan perusahaan itu sendiri pada periode-periode sebelumnya atau dengan perusahaan lain yang sejenis pada periode yang sama.

7. Lengkap

Informasi keuangan harus menyajikan semua fakta keuangan yang penting sekaligus menyajikan fakta-fakta tersebut sedemikian rupa sehingga tidak akan menyesatkan pembacanya.

2.2.4 Laporan Biaya Kualitas

2.2.4.1 Pengertian Laporan Biaya Kualitas

Sebagai langka awal dalam program perbaikan kualitas, perusahaan menyusun laporan biaya kualitas yang memberikan sebuah pemikiran adanya konsekuensi keuangan dari tingkat cacat produk yang ada di laporan perusahaan. Laporan biaya kualitas menguraikan biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan eksternal yang timbul dari tingkat kecacatan produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan saat ini. Manajer sering kati terkejut dengan besarnya biaya-biaya ini (Guantino & Erwin, 2008:144).

2.2.4.2 Kegunaan Biaya Kualitas

Adapun kegunaan biaya kualitas adalah sebagai berikut: (Guantino & Erwin, 2008:144).

- a. Informasi biaya kualitas membantu para manajer melihat keuntungan financial dari cacat.
- b. Informasi biaya kualitas membantu para manajer mengidentifikasi pentingnya masalah-masalah kualitas yang dihadapi perusahaan.
- c. Informasi biaya kualitas diperusahaan mereka didistribusikan secara tidak baik.
- d. Memberikan sebuah pemikiran adanya konsekuensi keuangan dari tingkat cacat produk yang ada diperusahaan.

Manfaat biaya kualitas (Hansen dan Mowen, 2001:997) sebagai berikut:

1. Pengambilan keputusan manajemen untuk pihak internal, bagi pihak eksternal yaitu untuk menilai kualitas perusahaan melalui program-program seperti ISO 9000.
2. Untuk menerapkan dan mengawasi efektifitas program kualitas.

2.2.4.3 Keefektifan Biaya Kualitas

Keefektifan biaya kualitas dapat dinilai dari berbagai segi, yaitu: Peningkatan kualitas dikatakan efektif apabila kenaikan biaya dan biaya penilaian lebih kecil daripada penurunan biaya kegagalan, dan peningkatan kualitas dikatakan efektif jika tujuan tercapai yaitu bebas produk cacat (*zero defect*) dan rasio biaya kualitas tidak lebih dari 2,5% terhadap penjualan.

Keefektifan peningkatan kualitas dapat dilihat efisiensi penggunaan sumber daya dan penurunan produk cacat serta diikuti penurunan biaya kualitas. Melihat pentingnya kualitas produk bagi perusahaan. Maka pengukuran

keefektifan peningkatan kualitas sangat diperlukan untuk mengetahui apakah usaha yang dilakukan oleh perusahaan telah efektif atau belum.

2.2.5 Pendapatan

2.2.5.1 Pengertian pendapatan

Pendapatan (*revenue*) adalah arus masuk/peningkatan lain atas harta dari satu kesatuan/penyelesaian kewajibannya satu periode dari penyerahan/produksi barang, pemberian jasa/aktifitas lain yang merupakan operasi pokok/utama yang berkelanjutan dari satu kesatuan tersebut (Keiso dan Weygandt, 1995:hal 182).

Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal (Ikatan Akutansi Indonesia, 2009: hal 23.2).

Pendapatan hanya terdiri atas arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang diterima dan dapat diterima oleh perusahaan untuk dirinya sendiri. Demikian dalam hubungan keagenan, arus masuk bruto manfaat ekonomi termasuk jumlah yang harus ditagih atas nama prinsipial, tidak mengakibatkan kenaikan ekuitas perusahaan, dan karena itu bukan merupakan pendapatan. Yang merupakan pendapatan hanyalah komisi yang diterima dan principal.

2.2.5.2 Pengidentifikasi Transaksi

Penjualan Jasa

Bila hasil suatu transaksi yang meliputi penjualan jasa dapat diestimasi dengan andal, pendapatan sehubungan dengan transaksi tersebut harus diakui dengan acuan pada tingkat penyelesaian dari transaksi pada tanggal neraca. Hasil suatu transaksi dapat diestimasi dengan andal bila seluruh kondisi berikut dipenuhi :

1. Jumlah pendapatan dapat diukur dengan andal;
2. Besar kemungkinan manfaat ekonomi sehubungan dengan transaksi tersebut akan diperoleh perusahaan;
3. Tingkat penyelesaian dari suatu transaksi pada tanggal neraca dapat diukur dengan andal; dan
4. Biaya yang terjadi untuk transaksi dan untuk menyelesaikan transaksi tersebut dapat diukur dengan andal.

Pengakuan pendapatan dengan acuan pada tingkat penyelesaian dari suatu transaksi sering disebut sebagai metode presentase penyelesaian. Menurut metode ini pendapatan diakui dalam periode akuntansi pada saat yang diberikan. Pengakuan pendapatan atas dasar ini memberikan informasi yang berguna mempengaruhi tingkat kegiatan jasa dan kinerja suatu perusahaan dalam suatu periode.

Pendapatan diakui bila besar kemungkinan manfaat ekonomi sehubungan dengan transaksi tersebut akan diperoleh perusahaan. Namun bila suatu ketidak pastian timbul mengenai kolektibilitas suatu jumlah yang termasuk dalam pendapatan. Jumlah yang tidak tertagih atau jumlah yang pemuliannya tidak lagi besar kemungkinannya diakui sebagai suatu beban dari pada penyesuaian jumlah pendapatan yang diakui semula.

Suatu perusahaan dapat membuat estimasi yang andal setelah perusahaan tersebut mencapai persetujuan mengenai hal-hal berikut dengan pihak lain dalam transaksi tersebut:

1. Hak masing-masing pihak yang pelaksanakannya dapat dipaksakan dengan kekuatan hukum berkenaan dengan jasa yang diberikan dan diterima pihak-pihak tersebut.
2. Imbalan yang harus diperlukan, dan
3. Cara dan persyaratan penyelesaian.

Biasanya perusahaan mempunyai sistem anggaran dan pelaporan keuangan internal yang efektif. Perusahaan tersebut menelaah bila perlu merevisi estimasi pendapatan sewaktu jasa diberikan. Kebutuhan revisi tersebut tidak perlu mengidentifikasi bahwa hasil transaksi tersebut dapat diestimasi dengan andal.

Tingkat penyelesaian suatu transaksi dapat ditentukan dengan berbagai metode. Suatu perusahaan menggunakan metode yang dapat mengukur dengan andal jasa yang diberikan. Bergantung pada sifat transaksi, metode tersebut dapat meliputi:

1. Survei pekerjaan yang telah dilaksanakan.
2. Jasa yang dilakukan hingga tanggal tertentu sebagai presentase dari total jasa yang harus dilaksanakan, dan
3. Proposi biaya yang terjadi hingga tanggal tertentu dibagi estimasi total biaya transaksi tersebut. Hanya biaya yang mencerminkan jasa yang tidak dilaksanakan hingga tanggal tertentu dimasukkan dalam biaya yang terjadi hingga tanggal tersebut. Hanya biaya yang mencerminkan

jasa yang dilakukan atau yang harus dilakukan dimasukkan ke dalam estimasi total biaya transaksi tersebut.

Bila hasil transaksi yang meliputi penjualan jasa dapat diestimasi dengan andal, pendapatan yang diakui hanya yang berkaitan dengan beban yang telah diakui yang dapat diperoleh kembali.

2.2.5.3 Jenis-jenis pendapatan

Pendapatan yang timbul dari penggunaan aset perusahaan oleh pihak-pihak lain menghasilkan bunga, royalty dan deviden harus diakui bila:

- 1) Besar kemungkinan manfaat ekonomi sehubungan dengan transaksi tersebut akan diperoleh perusahaan; dan
- 2) Jumlah pendapatan harus diukur dengan andal

Pendapatan harus diakui dengan dasar sebagai berikut:

- 1) Bunga harus diakui atas dasar proporsi waktu yang diperhitungkan hasil efektif aset tersebut;
- 2) Royalti harus diakui atas dasar akrual sesuai dengan substansi perjanjian yang relevan; dan
- 3) Dalam metode biaya, deviden tunai harus diakui bila hak pemegang saham untuk menerima pembayaran ditetapkan.

Hasil efektif suatu aset merupakan tingkat bunga yang diperlukan untuk mendiskontokan aliran penerimaan kas dimasa depan yang diharapkan selama hidup aset tersebut untuk menyamakan jumlah tercatat semula dari aset tersebut. Pendapatan bunga mencakup amortisasi diskon, premi, atau perbedaan lain antara jumlah tercatat semula dan suatu instrument utang dan jumlahnya pada saat jatuh tempo.



Artinya:

Dan carilah kehidupan akhirat yang telah Allah janjikan akan tetapi jangan melupakan duniamu (QS. Al A'raf, 155).

b. Pendapatan Sosial

Dalam Islam, kesenjangan antara sesama manusia sangat diperhatikan, persaudaraan atau organisasi. Walaupun ada perbedaan kedudukan antara manajer dan karyawan, akan tetapi pada hakikatnya semuanya sama, perbedaan kedudukan tersebut tidak boleh memandang rendah sesama manusia. Sebagaimana firman Allah SWT.:



Artinya:

Dan berpegang teguhan kamu sekalian pada tali Allah (persaudaraan) dan janganlah kamu saling berpecah belah, dan ingatlah disaat kamu dalam permusuhan Allah telah menyatukan hatimu sekalian dan kalian menjadi saudara dengan nikmatNya (QS. Ali imran, 103).

Islam juga melarang menyianyiakan apapun bahkan menuntut untuk memanfaatkan apa saja menjadi sesuatu yang lebih baik. Allah SWT berfirman:



Artinya: Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian (Q.S. Al-Asr: 1-2)”.

Inilah ayat yang menggambarkan bahwa sangat penting untuk memanfaatkan sumber daya yang telah dianugerahkan Allah SWT. Setiap manusia di bumi ini dari gembel sampai presiden diberikan jatah waktu yang sama yakni 24 jam sehari, namun setiap orang akan berbeda dalam memanfaatkan waktu tersebut.

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai lima hal utama yaitu (Akhmad, 2007:183)

1) Target Hasil

profit materi dan benefit non materi artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari profit (qimah madiyah atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) non materi kepada internal perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti tercapainya suasana perusahaan kepedulian sosial dan sebagainya.

2) Benefit

Yang dimaksudkan tidak semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga bersifat non materi. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perebuatan tidak hanya berorientasi pada qimah madiyah. Masih tiga orientasi lainnya yakni qimah madiyah, qimah qauliyah, dan qimah ruhiyah. Dengan qimah insaniyah berarti pengelola memberikan mafaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial

(sedekah), dan bantuan lainnya. Qimah khauliyah mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu qimah ruqiyah berarti aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

3) Pertumbuhan

Jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. upaya peningkatan ini juga selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

4) Keberlangsungan

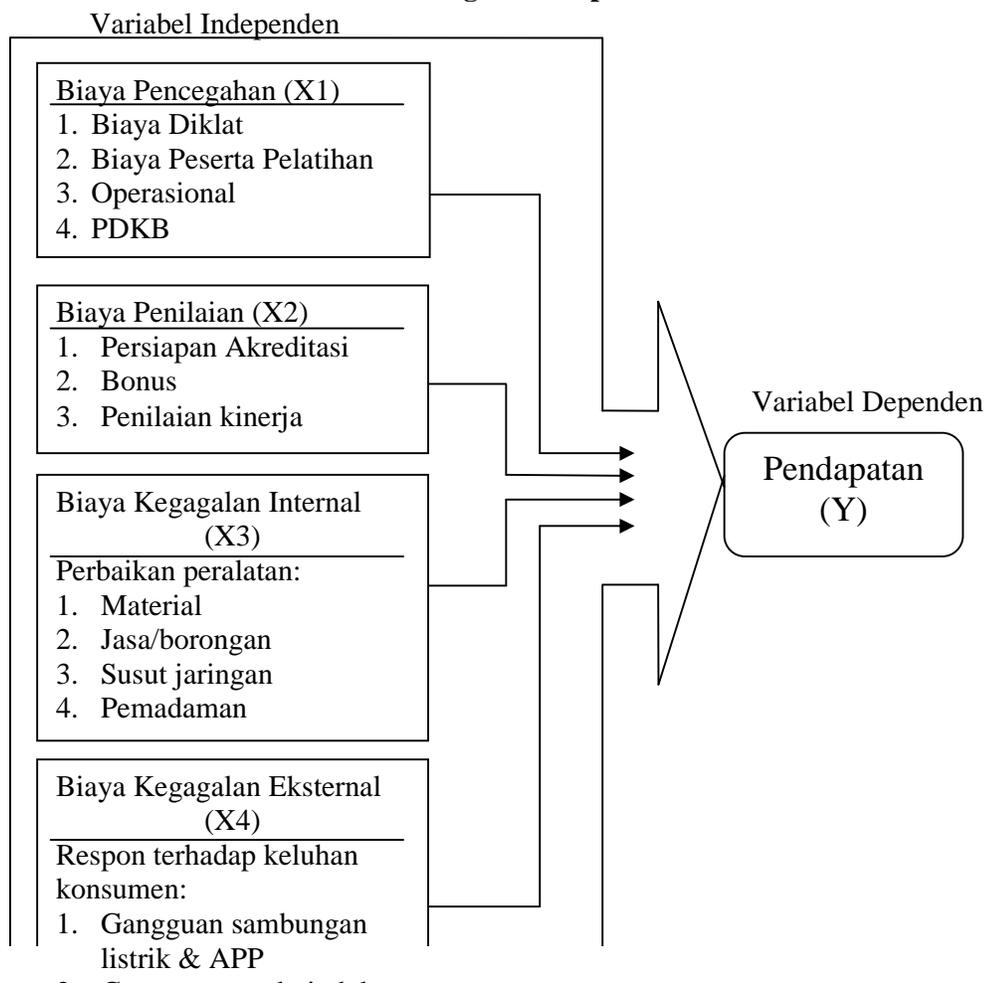
Target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat exsist dalam kurun waktu yang lama.

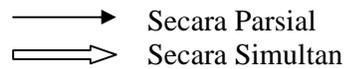
5) Keberkahan

semua tujuan yang telah dicapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktifitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridla dari Allah Swt dan nilai ibadah.

2.3 Kerangka konsep

Gambar 2.1
Kerangka konsep





Sumber: Data Sekunder diolah

2.3 Hipotesis

Menurut Hansen dan Women (2005) dengan meningkatnya kualitas dapat meningkatkan profitabilitas dengan melalui dua cara: dengan peningkatan permintaan pelanggan dan dengan mengurangi biaya. Dalam hal ini peningkatan permintaan dan penghematan biaya dapat menjadi penentu apakah suatu perusahaan dapat berkembang atau sekedar bertahan hidup.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis adalah sebagai berikut :

H1: adanya pengaruh secara parsial biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal terhadap pendapatan.

H2: adanya pengaruh secara simultan biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal terhadap pendapatan.

H3 : adanya pengaruh biaya pencegahan secara dominan biaya kualitas terhadap pendapatan.