

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) semakin canggih dan terus mengglobal sehingga berdampak pada hampir semua kehidupan umat manusia di muka bumi dewasa ini. Dengan semakin berkembangnya IPTEK, manusia dituntut untuk semakin maju pula, terutama dalam pengembangan lembaga/perusahaan yang bermutu. Bagi setiap institusi/lembaga/perusahaan, mutu adalah agenda utama dan meningkatkan mutu merupakan tugas yang paling penting. Mutu dalam pandangan seseorang terkadang bertentangan dengan mutu dalam pandangan orang lain, sehingga tidak aneh jika ada dua pakar yang tidak memiliki kesimpulan yang sama tentang bagaimana cara menciptakan institusi yang baik. Organisasi-organisasi yang menganggap serius pencapaian mutu, memahami bahwa sebagian besar rahasia mutu berakar dari mendengar dan merespon secara simpatik terhadap kebutuhan dan keinginan para pelanggan dan klien. Dalam konteks TQM, mutu merupakan sebuah filosofi dan metodologi yang membantu institusi untuk merencanakan perubahan dan mengatur agenda dalam menghadapi tekanan-tekanan eksternal yang berlebihan.

Prinsip dasar JIT adalah meningkatkan kemampuan perusahaan/lembaga secara terus menerus untuk merespon perubahan dengan meminimasi pemborosan. TQM sebagai filosofi digunakan untuk meningkatkan kesadaran pentingnya mutu dan untuk mengubah sikap para karyawan. Dalam dunia industri, sejak dulu selalu ada keharusan untuk menjaga mutu suatu produk agar mampu memberikan kepuasan pada para pelanggan dan tentunya akan mendatangkan keuntungan. Sehingga lahirlah divisi tenaga kerja yang dikenal dengan *quality control* (kontrol mutu). Kontrol mutu adalah proses yang menjamin bahwa hanya produk yang memenuhi spesifikasi yang boleh keluar dari pabrik dan dilempar ke pasar. Gagasan perbaikan mutu dan jaminan mutu mulai dimunculkan setelah Perang Dunia Kedua, Meskipun demikian, perusahaan-perusahaan di Inggris dan

Amerika baru tertarik pada isu mutu di tahun 1980-an, saat mereka mempertanyakan keunggulan Jepang dalam merebut pasar dunia.

Peningkatan mutu merupakan salah satu prioritas pembangunan sektor kehidupan di masa kini dan mendatang. Filosofi baru dalam menghasilkan produk bermutu Kesesuaian Produk dengan selera konsumen dari uraian di atas, selanjutnya perlu dijelaskan tentang adanya filosofi baru dalam menghasilkan produk bermutu dengan sifat *quality conformance*, Yang dimaksud dengan *quality conformance*? Istilah itu secara harfiah berarti kesesuaian dengan selera konsumen. Artinya, para produsen harus membuat produk dengan mutu yang sesuai dengan kebutuhan para konsumen. Tujuannya, agar produk yang dibuat dapat laku dijual karena produk tersebut mempunyai mutu yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, contohnya produk luwak white coffee. (Tidak ada pendekatan tunggal untuk memecahkan masalah mutu produk dalam suatu organisasi). *Product quality is affected by organizational structure by work training and job design, by production design and by purchasing and materials management.* (Produk bermutu prima hanya dihasilkan oleh perusahaan (organisasi) yang mempunyai struktur organisasi yang baik, proses produksi yang andal, dan manajemen pembelian bahan baku yang juga sangat baik).

Di dalam pasar dengan tingkat persaingan usaha yang sangat ketat, mutu dan suatu produk dan layanan yang di tawarkan akan memiliki peranan yang sangat strategis terhadap perkembangan bisnis. Produk yang bermutu akan memiliki daya saing yang besar dan tingkat keberhasilan meraih pasar yang tinggi. Mutu merupakan suatu faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu produk menembus pasarnya. Mutu menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan. Mutu tidak semata-mata tanggung jawab bagian produksi namun menjadi perhatian semua pihak dalam perusahaan.

Pengendalian mutu dilakukan agar dapat menghasilkan produk berupa barang atau jasa yang sesuai dengan standar yang diinginkan dan direncanakan, serta memperbaiki mutu produk yang belum standar yang telah ditetapkan dan sebisa mungkin mempertahankan mutu yang sesuai. Penerapan pengendalian mutu pada perusahaan bukan hanya mengurangi biaya, tetapi juga untuk

meningkatkan penjualan pada perusahaan tersebut. Jika produktivitas naik hal ini dimungkinkan oleh adanya efisiensi (waktu, bahan, dan tenaga), system kerja, teknis produksi dan adanya keterampilan tenaga kerja. Dengan penerapan pengendalian mutu pada perusahaan maka dapat melakukan pengendalian untuk mencegah hasil produksi yang tidak sesuai dengan spesifikasi dan standar perusahaan, Sehingga dapat menekan terjadinya pemborosan dari segi material maupun tenaga kerja yang akhirnya dapat meningkatkan penjualan dalam perusahaan.

Pengendalian mutu merupakan suatu konsep manajemen yang bermula di Amerika Serikat selama perang Dunia II dan pada tahun 1960 telah diadopsi dan diterapkan oleh Jepang pada industri-industrinya serta telah dikembangkan sejak 50 tahun lalu diberbagai praktik manajemen dalam rangka usaha peningkatan dan pengembangan produktivitas. Pengendalian mutu menentukan komponen-komponen mana yang rusak dan menjaga agar bahan-bahan untuk produksi mendatang jangan sampai rusak. Menurut Harsanto dalam baldah (2020), pengendalian mutu adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan. Karena pengendalian mutu dimaksudkan agar mutu produk yang ditetapkan sebagai standar akan tercermin dalam produk atau hasil akhir, maka tujuan dari pengendalian mutu menurut (Asawuri 2018) adalah :

- a. Agar barang hasil produksi dapat mencapai standar mutu yang telah ditetapkan
- b. Mengusahakan agar biaya inspeksi dapat menjadi sekecil mungkin
- c. Mengusahakan agar biaya desain produk dan proses dengan menggunakan mutu pproduksi tertentu dapat menjadi sekecil mungkin.
- d. Mengusahakan agar biaya produksi dapat menjadi serendah mungkin

Menurut Menurut Basu (2019:8-10), “penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang jasa yang ditawarkan. Jadi, adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan/atau jasa antara penjual dengan pembeli”. Penjualan pada dasarnya mempunyai dua jenis yaitu, penjualan tunai

dan kredit. Secara Umum Penjualan tunai merupakan salah satu bentuk transaksi dari barang dan jasa. Dalam transaksi penjualan secara tunai ini, penjual langsung menyerahkan barang kepada pihak pembeli setelah pembeli membayar uang kepada penjual. Sedangkan penjualan kredit merupakan tenggang waktu antara penyerahan barang atau jasa dalam pembelian, penjualan kredit tidak segera menghasilkan kas tetapi piutang.

PT. Sumber Rejeki Bersama Kabanjahe Berdiri sejak tahun 1998 adalah perusahaan yang termasuk kedalam Distributor luwak white coffee. Perusahaan ini tidak hanya Distributor luwak white coffee saja, akan tetapi berbagai produk beberapa produk tersebut misalnya mamypoko, susu zee, milo, dan produk kalbe dan lain-lain. Luwak white coffee adalah produk utama dari perusahaan ini, maka yang akan dibahas dalam penelitian ini hanya produk luwak white coffee saja. perusahaan yang berkembang industri jasa, perusahaan ini berkapasitas produk per hari 220.000 pcs atau 1.52,77 renteng. Berikut ini data mengenai target dan realisasi jumlah penjualan total di PT. Sumber Rejeki bersama kabanjahe selama tahun 2021 :

**Tabel 1.1 Target Dan Realisasi Penjualan Total Tahun 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Target</b>	<b>Realisasi</b>	<b>Persentase Ketercapaian</b>
Januari	31.200	20.639	66.2%
Februari	31.200	20.586	66.0%
Maret	31.200	20.391	65.4%
April	31.200	20.473	65.6%
Mei	31.200	21.625	69.3%
Juni	31.200	22.131	70.9%
Juli	31.200	21.623	69.3%
Agustus	31.200	20.905	67.0%
September	31.200	19.831	63.6%
Oktober	31.200	20.163	64.6%
November	31.200	20.577	66.0%
Desember	31.200	20.395	65.4%
<b>Total</b>	<b>374.400</b>	<b>249.341</b>	<b>66,6% (Rata-rata/bulan)</b>

Sumber : Bagian Penjualan PT. Sumber rejeki Bersama Kabanjahe, 2021

Berdasarkan data di atas, tingkat penjualan di PT. Sumber Rejeki bersama kabanjahe pada tahun 2021 masih jauh dari target yang di harapkan. Rata-rata persentase ketercapaian penjualan per bulan hanya mencapai 66,6% dari target penjualan. Perusahaan perlu menentukan penyebab belum tercapainya target penjualan ini dan segera melakukan evaluasi agar bisa meningkatkan jumlah penjualan. Perusahaan juga perlu memperhatikan dan menindak lanjuti masalah ketidak tercapaian target penjualan ini yang akan berpengaruh terhadap produktivitas perusahaan dan berpotensi untuk mengancam perkembangan bisnis perusahaan ini. Pembahasan mengenai tingkat penjualan yang masih jauh dari yang diharapkan ini tidak terlepas dari masalah gagal mutu penjualan. Banyak nya gagal mutu penjualan tentu saja kan mempengaruhi jumlah penjualan yang di hasilkan perusahaan. Berikut ini adalah mengenai jumlah penjualan yang *reject* selama tahun 2021.



**Tabel 1.2 Jumlah Mutu Penjualan Luwak White Coffe Reject Tahun 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Barang Reject (Pcs)</b>	<b>Persentase</b>
Januari	594.307	0.74%
Februari	592.876	0.75%
Maret	575.174	0.80%
April	588.629	0.76%
Mei	622.864	0.69%
Juni	637.372	0.66%
Juli	622.742	0.86%
Agustus	602.584	0.75%
September	551.103	0.78%
Oktober	560.785	0.69%

November	591.717	0.73%
Desember	577.412	0.90%
<b>Total</b>	<b>7.117.465</b>	<b>0.76%</b>

Sumber : Bagian Penjualan PT. Sumber rejeki Bersama Kabanjahe, 2021

Berdasarkan tabel 1.2, pada bulan juni banyaknya produk gagal mutu dalam penjualan yaitu sebesar 637.372 Pcs, semakin banyak gagal mutu penjualan akan berakibat pada penurunan jumlah penjualan. Maka jika pengendalian mutu dilaksanakan dengan baik tentu akan meningkatkan jumlah penjualan yang sesuai standar dan akan menurunkan jumlah gagal mutu penjualan.

PT. Sumber Rejeki Bersama Kabanjahe telah menentukan batas toleransi yang berbeda-beda untuk gagal mutu penjualan sesuai banyak nya jumlah produk yang akan dijual. selama tahun 2021 jumlah penjualan luwak white coffe yang gagal mutu dalam penjualan melebihi batas toleransi yang telah ditetapkan perusahaan untuk jumlah mutu yang lebih dari 200.0000 pcs, yaitu sebesar 0,3%. Rata-rata persentase penjualan produk luwak white coffe yang gagal mutu dalam penjualan adalah 0,76%. Persentase yang paling sedikit dihasilkan adalah ketika bulan Juni yaitu sebesar 0,66% dan persentase produk yang paling banyak dihasilkan dalam penjualan terjadi di penghujung tahun 2021 yaitu sebesar 0,90%.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Pengendalian Mutu terhadap penjualan pada PT. Sumber Rejeki Bersama”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Perusahaan perlu menjalankan pengendalian mutu untuk mencapai atau mempertahankan serta meningkatkan mutu produk yang diakan jual, mempertahankan mutu produk agar sesuai dengan spesifikasi produk yang telah ditetapkan. Berdasarkan tabel 1.1, tingkat penjualan produk di PT sumber Rejeki Bersama kabanjahe. Tingkat penjualan yang masih jauh dari yang diharapkan ini tidak terlepas dari masalah produk reject atau gagal mutu dalam penjualan. Banyaknya produk reject atau gagal mutu dalam penjualan tentu saja akan sangat mempengaruhi jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan. Hal ini

menunjukkan bahwa pelaksanaan pengendalian mutu di PT. Sumber Rejeki Bersama Kabanjahe masih belum optimal.

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk menghindari kesimpang siuran dalam penelitian ini serta keterbatasan waktu, keterbatasan biaya, maka penulis perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu Pengendalian Mutu terhadap Penjualan.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut: Apakah Pengendalian Mutu berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada PT. Sumber Rejeki Bersama Kabanjahe ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, agar diperoleh keruntutan dalam pembahasan perlu dikemukakan tujuan penelitian. Adapun tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah: untuk mengetahui pengaruh pengendalian mutu terhadap penjualan pada PT. Sumber Rejeki Bersama Kabanjahe.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diambil dari penelitian ini yaitu :

#### **1. Bagi Perusahaan**

Bagi perusahaan diharapkan adalah bahwa hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan langkah yang sebaiknya diambil dalam mengatur Strategi-Strategi pemasaran di masa yang akan datang dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam hal penjualan pada PT Sumber Rejeki Bersama.

#### **2. Bagi Akademik**

Bagi akademik yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu pengetahuan, dan

berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap penjualan dalam perusahaan.

3. Bagi Peneliti

Bagi peneliti bermanfaat agar menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh pengendalian mutu terhadap penjualan.

