

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengawasan Mutu

2.1.1. Pengertian Mutu

Mutu merupakan suatu istilah relatif yang sangat bergantung pada situasi. Ditinjau dari pandangan konsumen, secara subjektif orang mengatakan mutu adalah sesuatu yang cocok dengan selera (*fitness for use*). Produk dikatakan bermutu apabila produk tersebut mempunyai kecocokan penggunaan bagi dirinya. Pandangan lain mengatakan mutu adalah barang atau jasa yang dapat menaikkan status pemakai. Ada juga yang mengatakan barang atau jasa yang memberikan manfaat pada pemakai (*measure of utility and usefulness*). Mutu barang atau jasa dapat berkenaan dengan keandalan, ketahanan, waktu yang tepat, penampilannya, integritasnya, kemurniannya, individualitasnya, atau kombinasi dari berbagai faktor tersebut. Uraian di atas menunjukkan bahwa pengertian mutu dapat berbeda-beda pada setiap orang pada waktu khusus dimana kemampuannya (*availability*), kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*) dan karakteristiknya dapat diukur. Ditinjau dari sudut pandang produsen, mutu dapat diartikan sebagai kesesuaian dengan spesifikasinya. Suatu produk akan dinyatakan bermutu oleh produsen, apabila produk tersebut telah sesuai dengan spesifikasinya.

Adapun pengertian mutu menurut *American Society for Quality* dari buku Heizer & Render (2016: 253) : “Mutu adalah keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mampu memuaskan kebutuhan yang terlihat.”

Suyadi Prawirosentono (2017: 5), pengertian mutu suatu produk adalah “Keadaan fisik, fungsi, dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai dengan nilai uang yang telah dikeluarkan.” Mutu tidak bisa dipandang sebagai suatu ukuran yang sempit, yaitu mutu produk semata-mata. Hal itu bisa dilihat dari beberapa pengertian tersebut di atas, dimana mutu tidak hanya mutu produk saja akan tetapi sangat kompleks karena melibatkan seluruh aspek dalam organisasi serta diluar organisasi. Meskipun tidak ada definisi mengenai mutu yang diterima secara universal, namun dari beberapa definisi mutu menurut para ahli di atas terdapat beberapa persamaan, yaitu dalam elemen-elemen sebagai berikut (M.N Nasution, 2015:3) :

- a. Mutu mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Mutu mencakup produk, tenaga kerja, proses dan lingkungan.
- c. Mutu merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan mutu saat ini mungkin dianggap kurang bermutu pada masa mendatang).

2.1.2 Pengertian Pengawasan Mutu

Pengawasan mutu merupakan salah satu teknik yang perlu dilakukan mulai dari sebelum proses produksi berjalan, pada saat proses produksi, hingga proses produksi berakhir dengan menghasilkan produk akhir. Pengawasan mutu dilakukan agar dapat menghasilkan produk berupa barang atau jasa yang sesuai dengan standar yang diinginkan dan direncanakan, serta memperbaiki mutu

produk yang belum sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dan sebisa mungkin mempertahankan mutu yang sesuai.

Adapun pengertian pengawasan menurut para ahli yaitu Sofjan Assauri (2013: 25), pengawasan dan pengawasan adalah : “ Kegiatan yang dilakukan untuk menjamin agar kepastian produksi dan operasi yang dilaksanakan sesuai dengan apa yang direncanakan dan apabila terjadi penyimpangan, maka penyimpangan tersebut dapat dikoreksi sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai.”

Sedangkan menurut Vincent Gasperz (2015: 480), pengawasan adalah “ Kegiatan yang dilakukan untuk memantau aktivitas dan memastikan kinerja sebenarnya yang dilakukan telah sesuai dengan yang direncanakan.” Selanjutnya, pengertian pengawasan mutu dalam arti menyeluruh pengertian pengawasan mutu menurut Sofjan Assauri (2013: 210) adalah “Pengawasan mutu merupakan usaha untuk mempertahankan mutu/mutu barang yang dihasilkan, agar sesuai dengan spesifikasi produk yang telah ditetapkan berdasarkan kebijaksanaan pimpinan perusahaan.”

Sedangkan menurut Vincent Gasperz (2015: 480), pengawasan mutu adalah “Pengawasan Mutu adalah teknik dan aktivitas operasional yang digunakan untuk memenuhi standar mutu yang diharapkan.” Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengawasan mutu adalah suatu teknik dan aktivitas/tindakan yang terencana yang dilakukan untuk mencapai, mempertahankan, dan meningkatkan mutu suatu produk dan jasa agar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dan dapat memenuhi kepuasan konsumen.

2.1.3. Tujuan Pengawasan Mutu

Adapun tujuan dari pengawasan mutu menurut Sofjan Assauri (2013: 210) adalah :

1. Agar barang hasil produksi dapat mencapai standar mutu yang telah ditetapkan.
2. Mengusahakan agar biaya inspeksi dapat menjadi sekecil mungkin.
3. Mengusahakan agar biaya desain dari produk dan proses dengan menggunakan mutu produksi tertentu dapat menjadi sekecil mungkin.
4. Mengusahakan agar biaya produksi dapat menjadi serendah mungkin.

Tujuan utama pengawasan mutu adalah untuk mendapatkan jaminan bahwa mutu produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan dengan mengeluarkan biaya yang ekonomis atau serendah mungkin. Pengawasan mutu tidak dapat dilepaskan dari pengawasan produksi, karena pengawasan mutu merupakan bagian dari pengawasan produksi. Pengawasan produksi baik secara mutu maupun kuantitas merupakan kegiatan yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Hal ini disebabkan karena kegiatan produksi yang dilaksanakan akan dikendalikan, supaya barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, dimana penyimpangan-penyimpangan yang terjadi diusahakan diminimumkan. Pengawasan mutu juga menjamin barang atau jasa yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan seperti halnya pada pengawasan produksi, dengan demikian antara pengawasan produksi dan pengawasan mutu erat kaitannya dalam pembuatan barang.

2.1.4. Faktor-faktor Pengawasan Mutu

Menurut Douglas C. Montgomery (2017: 26) dan berdasarkan beberapa literatur lain menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengawasan mutu yang dilakukan perusahaan adalah :

1. Kemampuan Proses, batas-batas yang ingin dicapai haruslah disesuaikan dengan kemampuan proses yang ada. Tidak ada gunanya mengendalikan suatu proses dalam batas-batas yang melebihi kemampuan atau kesanggupan proses yang ada.
2. Spesifikasi barang yang berlaku, Spesifikasi hasil produksi yang ingin dicapai harus dapat berlaku, bila ditinjau dari segi kemampuan proses dan keinginan atau kebutuhan konsumen yang ingin dicapai dari hasil produksi tersebut. Dalam hal ini haruslah dapat dipastikan dahulu apakah spesifikasi tersebut dapat berlaku dari kedua segi yang telah disebutkan di atas sebelum pengawasan mutu pada proses dapat dimulai.
3. Tingkat ketidaksesuaian yang dapat diterima, Tujuan dilakukannya pengawasan suatu proses adalah dapat mengurangi produk yang berada di bawah standar seminimal mungkin. Tingkat pengawasan yang diberlakukan tergantung pada banyaknya produk yang berada dibawah standar yang dapat diterima.
4. Biaya mutu, biaya mutu sangat mempengaruhi tingkat pengawasan mutu dalam menghasilkan produk dimana biaya mutu mempunyai hubungan yang positif dengan terciptanya produk yang bermutu.

2.1.5. Langkah-langkah Pengawasan Mutu

Standarisasi sangat diperlukan sebagai tindakan pencegahan untuk memunculkan kembali masalah mutu yang pernah ada dan telah diselesaikan. Hal ini sesuai dengan konsep pengawasan mutu berdasarkan sistem manajemen mutu yang berorientasi pada strategi pencegahan, bukan pada strategi pendeteksian saja. Berikut ini adalah langkah-langkah yang digunakan dalam analisis dan solusi masalah mutu menurut Prawirosentoso (2017:45) yaitu:

1. Memahami kebutuhan peningkatan mutu.

Langkah awal dalam peningkatan mutu adalah bahwa manajemen harus secara jelas memahami kebutuhan untuk peningkatan mutu. Manajemen harus secara sadar memiliki alasan-alasan untuk peningkatan mutu dan peningkatan mutu merupakan suatu kebutuhan yang paling mendasar. Tanpa memahami kebutuhan untuk peningkatan mutu, peningkatan mutu tidak akan pernah efektif dan berhasil. Peningkatan mutu dapat dimulai dengan mengidentifikasi masalah mutu yang terjadi atau kesempatan peningkatan apa yang mungkin dapat dilakukan. Identifikasi masalah dapat dimulai dengan mengajukan beberapa pertanyaan dengan menggunakan alat-alat bantu dalam peningkatan mutu seperti *brain storming*, *check Sheet*, atau diagram Pareto.

2. Menyatakan masalah mutu yang ada

Masalah-masalah utama yang telah dipilih dalam langkah pertama perlu dinyatakan dalam suatu pernyataan yang spesifik. Apabila berkaitan dengan masalah mutu, masalah itu harus dirumuskan dalam bentuk informasi-

informasi spesifik jelas tegas dan dapat diukur dan diharapkan dapat dihindari pernyataan masalah yang tidak jelas dan tidak dapat diukur.

3. Mengevaluasi penyebab utama

Penyebab utama dapat dievaluasi dengan menggunakan diagram sebab akibat dan menggunakan teknik *brainstromming*. Dari berbagai factor penyebab yang ada, kita dapat mengurutkan penyebab-penyebab dengan menggunakan diagram pareto berdasarkan dampak dari penyebab terhadap kinerja produk, proses, atau sistem manajemen mutu secara keseluruhan.

4. Merencanakan solusi atas masalah

Diharapkan rencana penyelesaian masalah berfokus pada tindakan-tindakan untuk menghilangkan akar penyebab dari masalah yang ada. Rencana peningkatan untuk menghilangkan akar penyebab masalah yang ada diisi dalam suatu formulir daftar rencana tindakan.

5. Melaksanakan perbaikan

Implementasi rencana solusi terhadap masalah mengikuti daftar rencana tindakan peningkatan mutu. Dalam tahap pelaksanaan ini sangat dibutuhkan komitmen manajemen dan karyawan serta partisipasi total untuk secara bersama-sama menghilangkan akar penyebab dari masalah mutu yang telah teridentifikasi.

6. Meneliti hasil perbaikan

Setelah melaksanakan peningkatan mutu perlu dilakukan studi dan evaluasi berdasarkan data yang dikumpulkan selama tahap pelaksanaan untuk mengetahui apakah masalah yang ada telah hilang atau berkurang. Analisis

terhadap hasil-hasil temuan selama tahap pelaksanaan akan memberikan tambahan informasi bagi pembuatan keputusan dan perencanaan peningkatan berikutnya.

7. Menstandarisasikan solusi terhadap masalah

Hasil-hasil yang memuaskan dari tindakan pengawasan mutu harus distandarkan, dan selanjutnya melakukan peningkatan terus-menerus pada jenis masalah yang lain. Standarisasi dimaksudkan untuk mencegah masalah yang sama terulang kembali.

8. Memecahkan masalah selanjutnya

Setelah selesai masalah pertama, selanjutnya beralih membahas masalah selanjutnya yang belum terpecahkan (jika ada).

2.2. Kualitas Bahan Baku

2.2.1. Pengertian Kualitas Bahan Baku

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing yang akan menghasilkan produk yang baik dan mampu memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Berikut ini definisi kualitas bahan baku dari para pakar utama. Menurut Crosby (2017 : 74), kualitas bahan baku adalah bahan baku produk yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu bahan baku produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Menurut Gaspersz (2016 : 27) kualitas bahan baku adalah kecocokan penggunaan bahan

baku produk untuk menghasilkan produk berkualitas baik dan dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Menurut Deming (2013 : 85), Kualitas bahan baku adalah bahan dasar yang baik untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan. Menurut Felgenbaum (2016 : 77), kualitas produk adalah suatu produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Menurut Garvin (2013 : 41), kualitas bahan baku produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan bahan baku produk, manusia atau tenaga kerja, proses, serta lingkungan yang mematuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Dengan melihat definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas

Dalam hal mutu suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kadang mengalami keragaman. Hal ini disebabkan mutu suatu produk itu dipengaruhi oleh beberapa faktor, di mana faktor-faktor ini akan dapat menentukan bahwa suatu produk dapat memenuhi standar yang telah ditentukan atau tidak, faktor-faktor tersebut menurut Juita Alisjahbana (2015 : 86) antara lain :

a. Manusia

Peranan manusia atau karyawan yang bertugas dalam perusahaan akan sangat mempengaruhi secara langsung terhadap baik buruknya mutu dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Maka aspek manusia perlu mendapat perhatian yang cukup. Perhatian tersebut dengan mengadakan latihan-latihan, pemberian motivasi, pemberian Jamsostek, kesejahteraan, dan lain-lain.

b. Manajemen

Tanggung jawab atas mutu produksi dalam perusahaan dibebankan kepada beberapa kelompok yang biasa disebut dengan Function Group. Dalam hal ini pimpinan harus melakukan koordinasi yang baik antara function group dengan bagian-bagian lainnya dalam perusahaan tersebut. Dengan adanya koordinasi tersebut maka dapat tercapai suasana kerja yang baik dan harmonis, serta menghindarkan adanya kekacauan dalam pekerjaan. Keadaan ini memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan mutu serta meningkatkan mutu dari produk yang dihasilkan.

c. Uang

Perusahaan harus menyediakan uang yang cukup untuk mempertahankan atau meningkatkan mutu produknya. Misalnya: untuk perawatan dan perbaikan mesin atau peralatan produksi, perbaikan produk yang rusak, dan lain-lain.

d. Bahan baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan akan mempengaruhi terhadap mutu produk yang dihasilkan suatu perusahaan. Untuk

itu pengendalian mutu bahan baku menjadi hal yang sangat penting dalam hal bahan baku, perusahaan harus memperhatikan beberapa hal antara lain: seleksi sumber dari bahan baku, pemeriksaan dokumen pembelian, pemeriksaan penerimaan bahan baku, serta penyimpanan. Hal-hal tersebut harus dilakukan dengan baik sehingga kemungkinan bahan baku yang akan digunakan untuk proses produksi berkualitas rendah dapat ditekan sekecil mungkin.

e. Mesin dan peralatan

Mesin serta peralatan yang digunakan dalam proses produksi akan mempengaruhi terhadap mutu produk yang dihasilkan perusahaan. Peralatan yang kurang lengkap serta mesin yang sudah kuno dan tidak ekonomis akan menyebabkan rendahnya mutu dan produk yang dihasilkan, serta tingkat efisiensi yang rendah. Akibatnya biaya produksi menjadi tinggi, sedangkan produk yang dihasilkan kemungkinan tidak akan laku dipasarkan. Hal ini akan mengakibatkan perusahaan tidak dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, yang menggunakan mesin dan peralatan yang otomatis.

2.2.3. Penanganan Kualitas Bahan Baku

Pengertian kualitas merupakan salah satu faktor yang penting bagi setiap perusahaan industri. Dengan adanya penanganan kualitas merupakan jaminan bagi perusahaan untuk mendapatkan mutu barang dengan hasil yang baik dan memuaskan. Apabila di dalam perusahaan tidak melaksanakan penanganan kualitas dengan baik, maka mutu barang yang dihasilkan tidak memuaskan. Untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang pengertian penanganan kualitas

tersebut, berikut ini dikemukakan berbagai definisi dari para ahli, yaitu Menurut Sofyan Assauri (2013: 210), penanganan kualitas adalah kegiatan untuk memastikan kebijaksanaan dalam hal kualitas dapat tercermin dalam hasil akhir.

Menurut Agus Ahyari (2013: 239), penanganan kualitas merupakan suatu aktivitas (manajemen perusahaan) untuk menjaga dan mengarahkan agar kualitas produk atau jasa perusahaan dapat dipertahankan sebagaimana yang telah direncanakan. Berdasarkan pendapat tersebut di atas, penulis menyimpulkan bahwa penanganan kualitas adalah suatu proses pengaturan bahan baku sampai menjadi produk akhir dengan memeriksa atau mengecek dan membandingkan dengan standar yang telah diharapkan, apabila terdapat penyimpangan dari standar, dicatat dan dianalisa untuk menentukan di mana penyimpangan terjadi, serta faktor-faktor yang menyebabkan penyimpangan tersebut.

Penanganan memiliki arti keseluruhan cara yang kita gunakan untuk menentukan dan mencapai standar. Kalau kita memutuskan untuk melakukan sesuatu, kita mulai dengan sebuah rencana, kemudian bekerja menurut rencana tersebut dan meninjau kembali hasilnya. Kalau hasilnya tidak sesuai dengan rencana, kita meninjau kembali prosedur kerjanya atau meninjau kembali rencana itu tergantung pada mana yang cacat. Semua ini termasuk masalah pengendalian.

2.2.4.. Maksud dan Tujuan Penanganan Kualitas Bahan Baku

Maksud dan tujuan penanganan kualitas adalah untuk spesifikasi produk yang telah ditetapkan sebagai standar dan dapat terlihat pada produk akhir, yang tujuannya agar barang atau produk hasil produksi sesuai dengan standar mutu

yang telah ditetapkan. Tujuan penanganan kualitas bahan baku menurut Prawirosentoso (2017:62) yaitu :

a. Agar barang hasil produksi dapat mencapai standar mutu yang telah ditetapkan.

Apabila dalam proses produksi perusahaan dapat mencapai kualitas yang telah ditetapkan, berarti produk yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen.

b. Mengusahakan agar biaya inspeksi dapat menjadi sekecil mungkin.

Dengan adanya pengendalian kualitas, maka biaya inspeksi dapat ditekan sekecil mungkin. Hal ini dikarenakan dengan adanya pengendalian kualitas yang baik, yang dilaksanakan oleh perusahaan, maka kerusakan-kerusakan akan jarang terjadi karena dapat diketahui sedini mungkin. Sehingga dapat menekan biaya-biaya perbaikan.

c. Mengusahakan agar biaya produksi menjadi rendah.

Dengan dilaksanakan pengendalian kualitas, maka kerugian-kerugian yang diakibatkan oleh produk yang tidak memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan dapat ditekan sekecil mungkin, hal ini menyebabkan biaya produksi menjadi rendah.

Pada permasalahan standar mutu tersebut, pihak perusahaan perlu memperhatikan selera dan kepentingan dari pada proses produksi, sehingga bahan baku tersebut diproses sesuai dengan kebutuhan produksi, baik mutu bahan baku maupun ukurannya. Menurut Sofyan Assauri (2013: 299), penanganan mutu bahan baku adalah kegiatan untuk memastikan apakah kebijakan dalam hal mutu (standar) dapat tercermin dalam penggunaan bahan baku untuk menjadi hasil akhir. Dengan perkataan lain penanganan mutu bahan baku merupakan usaha

untuk mempertahankan mutu atau kualitas dari barang yang akan dihasilkan, agar sesuai dengan spesifikasi produk yang telah ditetapkan berdasarkan kebijaksanaan perusahaan.

Dengan demikian, dalam hal penanganan mutu bahan baku yang dihasilkan harus diawasi sesuai dengan standar dan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi harus dicatat serta dianalisis agar dapat digunakan untuk tindakan-tindakan perbaikan dalam proses produksi pada masa yang akan datang. Menurut Agus Ahyari (2013: 334), penanganan mutu bahan baku dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu:

1. Pendekatan Bahan Baku

Bahan baku merupakan faktor yang penting untuk menentukan kualitas suatu produk. Bagi perusahaan pengaruh kualitas bahan baku berdampak besar terhadap kualitas akhir produk yang dihasilkan.

2. Pendekatan Proses Produksi Bahan Baku

Selama berlangsungnya proses produksi bahan baku, produk dalam proses tidak dapat diperiksa setiap saat. Oleh sebab itu, yang perlu diperhatikan adalah bagaimana operator menyelesaikan proses produksi. Pemeriksaan dalam pendekatan ini dilakukan dengan melihat pelaksanaan proses dibandingkan dengan petunjuk yang ada dengan standar proses. Pendekatan proses ini dilakukan bila proses produksi lebih menentukan mutu produk.

3. Pendekatan Proses Akhir

Meskipun telah dilakukan pengawasan bahan baku pada tingkat akhir proses produksi, tetapi tidak menjamin bahwa tidak adanya hasil yang rusak. Kelangsungan hidup perusahaan sedikit banyak tergantung kepada kepuasan

konsumen terhadap produk akhir. Hal ini dapat ditempuh dengan berbagai cara antara lain dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas baik untuk menghasilkan produk yang baik pula.

Pemilihan dari ketiga pendekatan tersebut tergantung kepada masing-masing perusahaan. Apabila kualitas produk sangat ditentukan oleh bahan baku, maka perusahaan tersebut akan memilih pendekatan bahan baku. Bila proses produksi lebih menentukan kualitas produk, maka perusahaan akan memilih pendekatan proses produksi. Bagi perusahaan yang tidak memiliki masalah khusus terhadap bahan baku dan proses produksi maka pendekatan yang digunakan adalah pendekatan produk akhir.

2.2.5. Persyaratan dalam Pengukuran Kualitas Bahan Baku

Hasil dari pengukuran kualitas akan menjadi landasan dalam membuat kebijakan perbaikan kualitas bahan baku secara keseluruhan, maka kondisi-kondisi berikut sangat diperlukan untuk mendukung pengukuran kualitas bahan baku yang sah (valid). Adapun persyaratan dalam pengukuran kualitas bahan baku menurut Sofyan Assauri (2013:102) yaitu sebagai berikut :

- a. Pengukuran harus dimulai pada permulaan program. Berbagai masalah yang berkaitan dengan kualitas serta peluang untuk memperbaikinya harus dirumuskan secara jelas.
- b. Pengukuran kualitas dilakukan pada sistem. Fokus dari pengukuran kualitas terletak pada sistem secara keseluruhan.

- c. Pengukuran kualitas seharusnya melibatkan semua individu yang terlihat dalam proses. Orang-orang yang bekerja dalam proses harus memahami secara baik nilai pengukuran kualitas dan bagaimana memperoleh suatu nilai tertentu. Setiap orang harus dilibatkan sehingga memberikan hasil yang terbaik.
- d. Pengukuran seharusnya dapat memunculkan data, di mana nantinya data dapat ditunjukkan atau ditampilkan dalam bentuk peta, diagram, tabel, hasil perhitungan statistik, dan lain-lain. Data seharusnya dipresentasikan dengan cara yang termudah.
- e. Pengukuran kualitas yang menghasilkan informasi-informasi utama seharusnya dicatat, yang berarti harus akurat.
- f. Perlu adanya komitmen secara menyeluruh untuk pengukuran kualitas dan perbaikannya. Kondisi ini sangat penting sebelum aktivitas pengukuran kualitas mulai dilaksanakan.
- g. Program-program pengukuran dan perbaikan kualitas seharusnya dapat dipecah-pecah atau diuraikan dalam batas-batas yang jelas sehingga tidak tumpah tindih dengan program yang lain

Sebagaimana diketahui proses produksi merupakan suatu cara, metode maupun teknik bagaimana penambahan manfaat atau penciptaan faedah baru dilaksanakan di dalam perusahaan. Menurut Sofyan Assauri (2013 : 12) mendefinisikan proses produksi adalah adanya peralatan bahan baku maupun bahan pembantu yang dikombinasikan dalam perputaran untuk mendapatkan uang atau pendapatan.

Menurut Indriyo Gitosudarmo (2013 : 2) proses produksi yaitu merupakan interaksi antara bahan dasar, bahan pembantu, tenaga kerja dan mesin serta alat perlengkapan dipergunakan. Adapun proses produksi pada umumnya akan dapat dipisah-pisahkan. Menurut Sofyan Assauri proses produksi ada 2 (dua) yaitu :

a. Proses produksi yang terputus-putus

Dalam hal ini dimaksudkan bahwa proses produksi itu tidak terus menerus sepanjang masa, tetapi berdasarkan apa yang diproduksi (berdasarkan pesanan). Jadi apabila kita menggunakan mesin-mesin atau peralatan hanya dipersiapkan untuk jangka waktu pendek dan disiapkan kembali untuk memproduksi barang lain maka mesin yang dipergunakan adalah yang bersifat umum (*General Purpose Machines*).

b. Proses produksi yang terus-menerus

Dalam proses produksi ini, perusahaan pabrik yang menggunakan mesin-mesin atau peralatan yang disiapkan dalam proses produk dan produksinya adalah jumlah yang besar (produk massal) dan mesin-mesin yang dipergunakan adalah yang bersifat khusus, jadi proses produksi yang berlangsung tanpa adanya pengawasan bila terjadi penyimpangan yang dapat merugikan setiap perusahaan.

2.3. Volume Penjualan

2.3.1. Pengertian Volume Penjualan

Salah satu kegiatan yang penting dalam proses pemasaran adalah penjualan. Penjualan menjadi kunci dalam menentukan keberhasilan perusahaan dalam

menjalankan bisnis dari produk yang dihasilkan. Dengan adanya penjualan yang terealisasi dengan baik dan dapat mencapai target yang direncanakan, akan dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Untuk memahami arti dari penjualan dan volume penjualan dapat dilihat pada pendapat Mc Charty (2012: 327) yaitu “Penjualan merupakan penyaluran produk-produk yang dihasilkan kepada pasar baik pasar konsumsi maupun pasar produksi tergantung pada jenis produk yang dihasilkan perusahaan, agar diperoleh keuntungan-keuntungan dari proses produksi”.

Jadi penjualan adalah proses mendistribusikan produk kepada konsumen baik konsumen akhir maupun konsumen industri yang mengelola kembali produk, agar tujuan perusahaan yakni memperoleh laba dapat tercapai. Stanton (2012: 95) menyatakan tentang volume penjualan sebagai berikut :

Proses penjualan meliputi :

- 1) Memprospek konsumen
- 2) Membuka hubungan
- 3) Menilai prospek
- 4) Mempresentasikan pesan penjualan
- 5) Menutup penjualan
- 6) Melakukan perhitungan

Pernyataan Kotler (2012:110) mengenai penjualan : “Hasil penjualan R diperoleh dari perkalian antara harga jual perunit (P) dengan volume penjualan (Q) atau $R = PQ$ ”. Hasil penjualan (R) dan harga jual perunit (P) dinyatakan dalam bentuk mata uang (Rupiah) sedangkan volume penjualan dinyatakan dalam bentuk unit. Swasta dan Irawan (2012: 332) menyatakan : “Volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan dalam satu periode waktu tertentu, biasanya dalam satu tahun yang dinyatakan dalam satuan unit.”

2.3.2. Tujuan Penjualan

Tujuan perusahaan dalam usahanya ada beberapa hal diantaranya ; mencapai produktivitas, efisiensi dan efektivitas, kelangsungan hidup perusahaan, memenangkan persaingan dan meraih keuntungan dari penjualan. Hal ini adalah tujuan yang penting dalam pengelolaan sebuah bisnis. Menurut Swasta dan Irawan (2012: 404) yaitu : “Tujuan dalam penjualan adalah mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan perusahaan”.

Usaha-usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para penjual. Dalam hal ini perlu adanya kerja sama yang rapi diantara fungsionaris dalam perusahaan seperti bagian produksi yang membuat produk, bagian keuangan yang menyediakan dana, bagian personalia yang menyediakan tenaganya, bagian promosi yang mengenalkan produk kepada konsumen dan sebagainya.

2.3.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Volume penjualan sebagai satu tujuan perusahaan dipengaruhi oleh berbagai macam hal. Berbagai kondisi yang dapat mempengaruhi keberhasilan penjualan dapat dilihat pada pendapat Swasta dan Irawan (2012: 406) yang menyatakan :

Dalam praktek, perolehan volume penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut adalah :

- 1) Kondisi dan kemampuan penjual (salesman)
- 2) Kondisi pasar
- 3) Modal
- 4) Kondisi organisasi
- 5) Faktor-faktor lain.

Kesemua faktor di atas perlu diperhatikan pihak pemasaran, agar tercapai tujuan penjualan yang diharapkan dan target yang direncanakan dapat terealisasi dengan hasil yang memuaskan. Faktor-faktor diatas dapat diperjelas dengan melihat masing-masing komponen faktor tersebut sebagai berikut :

1) Kondisi dan kemampuan menjual (salesman)

Menyatakan penjual harus memahami beberapa masalah yang sangat berkaitan yaitu :

- a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b) Harga produk
- c) Syarat penjualan
- d) Metode penerapan salesman

2) Kondisi pasar

Menyatakan faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah :

- a) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah, atau pasar internasional.
- b) Kelompok pembeli
- c) Frekwensi pembelinya
- d) Keinginan dan kebutuhan

3) Modal

Modal yang diperlukan dalam perusahaan mendukung penjualan yaitu :

- a) Biaya transportasi
- b) Biaya promosi

c) Biaya tempat peragaan baik dalam perusahaan maupun diluar perusahaan.

4) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan itu ditangani oleh bagian tersendiri yang dipegang oleh orang-orang tertentu (ahli) dibidang penjualan.

Pada perusahaan kecil biasanya menggunakan tenaga penjualan dari luar perusahaan.

5) Faktor lain

Faktor-faktor lain yang mempengaruhi penjualan adalah :

- a) Periklanan
- b) Peragaan
- c) Kampanye
- d) Pemberian hadiah

Kesemua faktor diatas perlu diperhatikan pihak pemasaran, agar tercapai tujuan penjualan yang diharapkan dan target yang direncanakan sehingga dapat terealisasi dan dapat meningkatkan volume penjualan. Lingkungan keberadaan suatu perusahaan terdiri atas lingkungan internal yaitu merupakan lingkungan yang berada di dalam perusahaan serta lingkungan eksternal yang merupakan lingkungan lain yang juga sangat berpengaruh dalam pencapaian tujuan yang berasal dari luar perusahaan.

Untuk itu perlunya dukungan lingkungan perusahaan yang tepat, baik lingkungan internal maupun eksternal sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam usaha menghadapi persaingan terutama pelayanan jasa yang

saat ini sangat berkembang dengan pesat. Volume penjualan perusahaan dari waktu ke waktu pada umumnya tidaklah tetap, tetapi selalu naik turun. Pada bulan-bulan tertentu mungkin ada kecenderungan naik ada juga kecenderungan turun. Menurut Alex S. Nitisemito (2008: 229) menyebutkan naik turunnya volume penjualan dapat dibedakan menjadi sebab-sebab utama adalah sebagai berikut :

1) Sebab Intern, yaitu sebab yang terjadi kesalahan perusahaan itu sendiri diantaranya :

- a) Kualitas produk turun
- b) Service yang diberikan jelek
- c) Sering kosongnya persediaan barang dipasaran
- d) Penurunan komisi penjualan yang diberikan
- e) Pengetatan terhadap piutang yang diberikan
- f) Turunnya kegiatan salesmen
- g) Penurunan kegiatan *sales promotion*
- h) Penetapan harga yang tinggi

2) Sebab Extern, sebab yang terjadi karena diluar kekuasaan perusahaan itu sendiri, diantaranya :

- a) Perubahan selera konsumen
- b) Munculnya saingan baru
- c) Munculnya barang pengganti
- d) Pengaruh factor psikologis
- e) Perubahan / tindakan baru dalam kebijakan pemerintah
- f) Kemungkinan adanya tindakan dari pesaing

2.3.4. Indikator Volume Penjualan

Banyak hal yang dapat dijadikan alat ukur dari volume penjualan. Volume penjualan merupakan merupakantingkat penjualan yang diperoleh perusahaan dalam satu periode waktu tertentu, biasanya dalam satu tahun yang dinyatakan dalam satuan unit. Adapun indikator volume penjualan menurut Fandy Tjiptono (2012: 53) meliputi :

1) Jumlah penjualan produk yang tercapai

Jumlah penjualan produk yang tercapai merupakan jumlah dari produk-produk perusahaan yang terjual sesuai dengan jumlah penjualan produk yang direncanakan sebelumnya

2) Target penjualan produk

Target penjualan produk merupakan jumlah dari produk-produk perusahaan yang diharapkan dapat terjual sesuai dengan jumlah penjualan produk yang direncanakan sebelumnya

3) Jenis produk

Jenis produk merupakan banyaknya jumlah macam ragam dari produk yang dijual oleh perusahaan baik Pengertian produk mempunyai konotasi bermacam-macam yaitu suatu benda (*object*), jasa (*service*), kegiatan (*activity*), orang (*person*), tempat (*place*), organisasi (*organisation*) atau gagasan (*idea*). Namun pengertian umum dari produk identik dengan barang atau jasa.

Menurut Kotler (2014: 33) menyebutkan bahwa : Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan

atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Termasuk didalamnya adalah objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan. Barang atau jasa akan memiliki daya tarik yang positif jika produk tersebut merupakan produk yang bermutu dan dijual dengan harga yang wajar serta pada tempat yang tepat dan yang terpenting adalah bahwa produk itu benar-benar memenuhi kebutuhan dan keinginan sehingga tercapai kepuasan bagi pemakai. Produk mempunyai lima tingkatan yaitu :

- 1) *Core benefit* (manfaat inti/dasar) yaitu jasa atau manfaat dasar yang sesungguhnya dibeli oleh konsumen.
- 2) *Generic product* (manfaat dasar tambahan) yaitu versi dasar dari produk tersebut merupakan manfaat tambahan.
- 3) *Expected product* (harapan dari produk) yaitu seperangkat atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan dan disetujui ketika mereka membeli produk.
- 4) *Augmented product* (kelebihan yang dimiliki produk) yaitu sesuatu yang termasuk didalamnya jasa-jasa dan manfaat-manfaat tambahan yang membedakan tawaran suatu perusahaan dengan tawaran pesaingnya.
- 5) *Potential product* (masa depan potensi produk) yaitu keseluruhan tambahan dan perubahan yang pada akhirnya akan dijalani oleh suatu produk pada masa yang akan datang. Jika *augmented product* menggambarkan apa yang termasuk dalam produk pada saat ini, *potential product* menunjukkan kemungkinan evolusinya.

Kebijaksanaan pemasaran sangat dipengaruhi oleh jenis produk, menyebabkan pula adanya penggolongan yang akan mempermudah pemasar menentukan strategi pemasaran yang tepat. Produk yang dihasilkan perusahaan dapat digolongkan menjadi dua golongan, yaitu :

1) Barang-barang konsumsi

Barang-barang yang dibeli dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau rumah tangga secara langsung.

2) Barang-barang industri

Merupakan barang yang dibeli dengan tujuan untuk menghasilkan barang lain atau melaksanakan usaha.

Semua produk diklasifikasikan menurut keawetannya yaitu :

1) Barang tahan lama, yaitu barang berwujud atau nyata yang bisa bertahan lama dengan banyak kali masa pemakaian.

2) Barang tidak tahan lama, yaitu barang berwujud atau nyata yang biasanya dikonsumsi untuk satu atau beberapa kali pemakaian.

3) Jasa, yaitu kegiatan, manfaat atau kegunaan yang ditawarkan untuk dijual.

2.4. Penelitian Terdahulu

Sehubungan dengan penelitian berkaitan dengan analisis penerapan pengawasan mutu dan bahan baku, maka berikut ini akan disajikan beberapa penelitian terdahulu yang merupakan tambahan referensi dalam melakukan penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Hasil Penelitian
1	Herlin Herawati dan Dewi Mulyani (2016). Jurnal, Prosiding Seminar Nasional. ISBN 978-602-60569-2-4. 17 Desember 2016.	Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo	Apakah ada pengaruh kualitas bahan baku dan proses produksi terhadap volume penjualan pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo	Ada pengaruh kualitas bahan baku dan proses produksi terhadap volume penjualan pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo
2	Hesti Maheswari dan Achmad Dany Firdauzy (2015) Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Volume 1, Nomor 3, November 2015.	Evaluasi Kualitas Bahan Baku Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nusa Multilaksana.	Bagaimana kualitas bahan baku untuk meningkatkan volume penjualan pada PT. Nusa Multilaksana.	Kualitas bahan baku sangat berperan penting dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada PT. Nusa Multilaksana.
3	Ninik Srijani, Achmad Sukma Hidayat (2017) Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA Vol. 7, Maret 2017, Hal 31 – 38.	Pengaruh Pengawasan Kualitas Dan Bahan Baku Terhadap Volume Penjualan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center	Apakah ada pengaruh pengawasan kualitas dan bahan baku terhadap volume penjualan di Aston Madiun Hotel & Conference Center	Ada pengaruh pengawasan kualitas dan bahan baku terhadap volume penjualan di Aston Madiun Hotel & Conference Center

2.5. Kerangka Konseptual

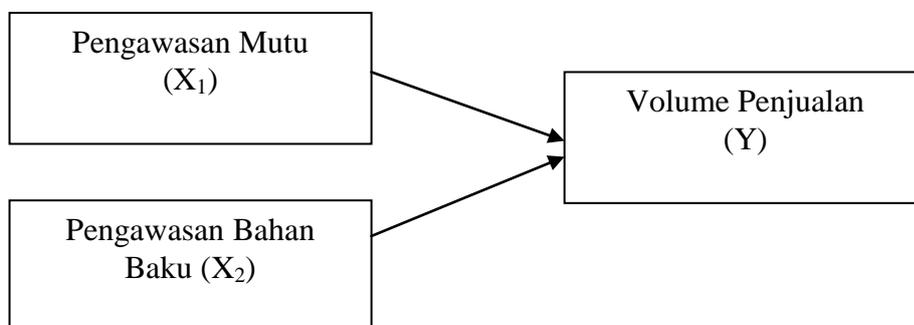
Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu kekuatan yang menunjang keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan dan menaikkan tingkat pertumbuhan perusahaan adalah faktor mutu

atau mutu. Begitu besarnya peranan mutu di dalam menunjang kelancaran operasional produksi perusahaan sehingga menjadikan mutu perlu mendapatkan perhatian yang serius, dimana mutu tidak terlepas dari faktor produksi. Proses produksi merupakan pusat kegiatan dari setiap perusahaan, industri secara umum dimana produksi dapat diartikan sebagai suatu aktivitas untuk mengubah input (masukan) berupa barang jadi.

Pengawasan mutu yang dilaksanakan dengan baik akan memberikan dampak terhadap mutu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Mutu dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan ditentukan berdasarkan ukuran-ukuran dan karakteristik tertentu. Walaupun proses-proses produksi telah dilaksanakan dengan baik, namun pada kenyataan masih ditemukan terjadinya kesalahan-kesalahan dimana mutu produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan standar atau dengan kata lain produk yang dihasilkan mengalami kerusakan atau cacat pada produk.

Mutu produk yang baik dihasilkan dari pengawasan mutu yang baik pula. Maka banyak perusahaan yang menggunakan metode tertentu untuk menghasilkan suatu produk dengan mutu yang baik. Untuk itulah pengawasan mutu dibutuhkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan sesuai dengan standar mutu yang berlaku. Standar mutu yang dimaksud adalah bahan baku, proses produksi, dan produk jadi. Oleh karenanya, kegiatan pengawasan mutu tersebut dapat dilakukan mulai dari bahan baku, selama proses produksi berlangsung sampai pada produk akhir dan disesuaikan dengan standar yang ditetapkan.

Keterkaitan antara penerapan pengawasan mutu dan bahan baku dalam upaya peningkatan volume penjualan dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 2.1 :
Kerangka Konseptual

2.6. Hipotesis

Sugiyono (2010: 67) menyatakan: “Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul”. Relevan dengan kerangka konseptual sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesa dari penelitian ini, yaitu :

1. Penerapan pengawasan mutu sangat penting dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada PT. Berlian Unggas Sakti Medan.
2. Penerapan pengawasan bahan baku sangat penting dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada PT. Berlian Unggas Sakti Medan.