

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang, terutama barang-barang hasil teknologi semakin meningkat akhir-akhir ini. Hal ini memicu tingginya persaingan antar perusahaan tersebut, dan karenanya, setiap perusahaan melakukan berbagai strategi untuk mempertahankan usahanya. Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan memberikan kebijakan garansi yang cenderung lebih menguntungkan konsumen.

Garansi merupakan perjanjian antara produsen dan konsumen, yang menjamin kualitas produk selama jangka waktu atau pemakaian tertentu (masa garansi). Melalui garansi, produk yang mengalami kegagalan sebelum masa garansi berakhir akan diganti atau diperbaiki oleh produsen. Dilihat dari sudut pandang konsumen, garansi memiliki peranan sebagai jaminan perlindungan terhadap produk yang mengalami kegagalan atau tidak berfungsi seperti yang diharapkan, dan sekaligus sebagai penyedia informasi mengenai kualitas produk. Dari sudut pandang produsen, garansi memberikan manfaat dengan melindungi produsen dari klaim konsumen yang berlebihan, dan karena garansi memberikan sinyal tentang kualitas produk, maka garansi dapat dipergunakan sebagai alat pemasaran yang efektif (Blischke dan Murthy, 1994).

Garansi yang menyertai suatu produk diatur dalam kebijakan-kebijakan garansi. Kebijakan garansi yang umum dipakai oleh perusahaan-perusahaan di

Indonesia adalah *Free Replacement Warranty* (FRW) dan *Pro-Rata Warranty* (PRW). Dalam kebijakan FRW, apabila produk mengalami kegagalan sebelum masa garansi berakhir, produsen berkewajiban untuk menanggung biaya perbaikan atau penggantian produk gagal tanpa membebani konsumen. Sedangkan dalam kebijakan PRW, apabila produk mengalami kegagalan sebelum masa garansi berakhir, produsen dan konsumen bersama-sama menanggung biaya perbaikan atau penggantian produk gagal tersebut (Blischke dan Murthy, 1994).

Baik dalam kebijakan FRW ataupun dalam kebijakan PRW, produsen akan selalu menanggung biaya perbaikan atau penggantian atas produk yang mengalami kegagalan. Hal ini dapat berarti sebagai biaya tambahan bagi produsen. Biaya ini secara signifikan dapat mempengaruhi harga jual produk dan besarnya keuntungan bagi produsen. Apabila estimasi biaya garansi terlalu tinggi dari aktualnya, maka harga jual akan ikut tinggi sehingga harga menjadi tidak kompetitif dan berpengaruh pada volume penjualan. Sebaliknya, jika estimasi biaya garansi lebih rendah dari aktualnya, maka dapat mengurangi keuntungan karena harus menanggung biaya perbaikan atau penggantian produk yang besar. Oleh karena itu, penting bagi produsen untuk mendapatkan estimasi biaya garansi secara akurat.

Televisi (TV) merupakan salah satu produk hasil teknologi yang banyak dimanfaatkan masyarakat, dimana setiap penjualannya selalu disertai dengan garansi. Kebijakan garansi pada televisi umumnya merupakan garansi FRW satu dimensi, yaitu kebijakan garansi dimana masa garansi yang berlaku hanya dibatasi oleh satu variabel saja, yaitu variabel waktu. Berdasarkan uraian di atas muncul

masalah yaitu bagaimana mengestimasi biaya garansi satu dimensi untuk produk televisi. Untuk memecahkan masalah tersebut, dilakukan penelitian dengan judul **“ESTIMASI BIAYA GARANSI SATU DIMENSI UNTUK PRODUK TELEVISI”**.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka penulis memberi batasan pada penelitian ini, yaitu:

1. Kebijakan garansi yang digunakan adalah kebijakan *Free Replacement Warranty* (FRW) satu dimensi pada produk TV.
2. Data yang digunakan adalah data penjualan dan data klaim garansi TV selama bulan April 2005 sampai Desember 2006 di wilayah Bandung.
3. Data penjualan dan data klaim garansi TV diperoleh dari PT. Sony.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan batasan masalah, rumusan masalah yang diajukan adalah :

1. Bagaimana mengestimasi biaya garansi satu dimensi per unit TV pada kebijakan garansi yang berlaku saat ini?
2. Bagaimana nilai taksiran ekspektasi biaya garansi satu dimensi jika dilakukan perluasan pada masa garansi?
3. Bagaimana menentukan masa garansi yang ideal dari skenario perluasan masa garansi?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah ingin memperoleh estimasi biaya garansi satu dimensi pada televisi.

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menentukan estimasi biaya garansi satu dimensi per unit TV pada kebijakan garansi yang berlaku.
2. Menentukan estimasi biaya garansi satu dimensi jika dilakukan perluasan pada masa garansi.
3. Menentukan masa garansi yang ideal dari skenario perluasan masa garansi.

1.5 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini ditulis dengan susunan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari uraian latar belakang permasalahan yang akan dibahas, batasan masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TEORI PENDUKUNG

Bab ini memuat tentang dasar-dasar teori yang berguna dalam memahami pembahasan selanjutnya, khususnya teori-teori tentang Definisi Garansi, Taksonomi Kebijakan Garansi, Model Distribusi Kegagalan, Uji Kecocokan, dan Penyensoran.

BAB III : ESTIMASI BIAYA GARANSI TV

Bab ini menjelaskan inti dari permasalahan dan pembahasan dalam tugas akhir ini, yaitu mengenai langkah-langkah dan analisis dalam mengestimasi biaya garansi satu dimensi pada televisi.

BAB IV : STUDI KASUS

Bab ini menyajikan suatu aplikasi teori untuk mengestimasi biaya garansi satu dimensi pada TV yang teorinya dipaparkan pada bab sebelumnya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran dari keseluruhan tugas akhir ini.

