



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PRODUK YANG MEMPEROLEH ICSA TERHADAP  
PROFITABILITAS PERUSAHAAN MANUFAKTUR GO PUBLIK  
DI INDONESIA  
(SEBELUM DAN SESUDAH MEMPEROLEH ICSA)**

Oleh :

**STIFON PRIMA**  
**03 157 004**

Mahasiswa Program S-1 Jurusan Akuntansi

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat – Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG  
2009**





No Alumni Universitas

**STIFON PRIMA**

No Alumni Fakultas:

**BIODATA**

A). Tempat/Tgl Lahir : Padang / 3 Agustus 1985, B). Nama Orang Tua : H.M. Zen C). Fakultas : Ekonomi Program S-1 Reguler Mandiri, D). Jurusan : Akuntansi, E.) No.Bp : 03157004 F). Tanggal Lulus : 9 Mei 2009 G). Prediket lulus : Sangat Memuaskan H). IPK :3,01 I). Lama Studi : 5 tahun 8 bulan j). Alamat Orang Tua: JL.Flamboyan 2 no 129 indarung.

**PENGARUH PRODUK YANG MEMPEROLEH ICSA TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN MANUFAKTUR GO PUBLIC DI INDONESIA (SEBELUM DAN SESUDAH MEMPEROLEH ICSA)**

Skripsi S1 Oleh **Stifon Prima**, Pembimbing : **Drs. Riwayadi, MBA, Akt.**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara ICSA dengan kenaikan profitabilitas perusahaan yang memperolehnya. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek jakarta yang mendapatkan penghargaan ICSA. Metode pengumpulan sampel adalah *purposive sampling*. Variabel dependennya adalah ICSA sedangkan tahun pengamatan adalah selama 3 tahun berturut-turut dengan mendapatkan 28 produk. Pengolahan data ini menggunakan model uji korelasi dan regresi dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product Services solution*) for windows.

Metode penilaian profitabilitas disini adalah menggunakan rasio ROI dan ROA, dari tabel 4.5 terlihat bahwa nilai Sig. (2-tailed) untuk setiap periode perolehan ICSA lebih besar dari nilai  $\alpha$  (taraf nyata), kecuali tahun 2002 dimana sig. (2-tailed) untuk periode perolehan ICSA tahun 2002 sebesar 0,017 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  (taraf nyata) sebesar 0,05. Namun pada tahun 2003 dimana nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,485 lebih besar dari nilai  $\alpha$  (taraf nyata) sebesar 0,05. diikuti oleh periode 2004 dimana nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,590 lebih besar dari nilai  $\alpha$  (taraf nyata) sebesar 0,05. Didapat kesimpulan bahwa ICSA tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 9 Mei 2009, dengan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.
Nama Terang	<b>DR. Yurniwati, Akt</b>	<b>Firdaus, SE, M.Si</b>

Mengetahui :

Ketua Jurusan Akuntansi : **DR. Yuskar, MA, Akt**  
NIP. 131 629 305

Tandatangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas / Universitas	
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dengan semakin berkembangnya perekonomian dunia yang semakin kompleks, perekonomian suatu negara tidak hanya dibatasi oleh wilayah negara itu saja tetapi menjadi berkembang membentuk sebuah pasar bebas dunia dengan iklim persaingan yang bebas ditingkat internasional baik pada negara maju maupun negara berkembang. Perubahan dalam memasuki era pasar bebas membutuhkan pengembangan strategi agar dapat bertahan atau bahkan berkembang. Pertumbuhan suatu perusahaan dapat meningkatkan dedikasi (pengabdian) terhadap pelanggan dan dalam pencapaian tujuannya untuk menarik investor kedalam perusahaannya.

Di dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk-produk atau jasa-jasa yang bermutu tinggi dan memiliki daya saing dengan produk atau jasa yang lain sehingga dapat memberikan nilai lebih kepada konsumen. Suatu produk atau jasa dapat dikatakan bermutu jika telah dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Seorang penjual dikatakan menyerahkan produk atau jasa yang bermutu jika produk atau jasa tersebut dapat memenuhi atau melebihi kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain mutu tersebut adalah memberikan dan memuaskan selera pelanggan terhadap produk atau jasa sesuai dengan yang diinginkan.

Untuk mengetahui produk dan jasa yang mampu memberikan kepuasan tinggi kepada konsumen, khususnya di pasaran Indonesia, maka sebuah lembaga riset

nasional independen bernama *Frontier*, bekerjasama dengan sebuah majalah bisnis terkemuka *SWA-Sembada* melakukan riset untuk menentukan produk-produk dan jasa-jasa mana yang dapat memberikan kepuasan tertinggi kepada konsumennya. Kepada merek-merek yang terpilih dari berbagai kategori tersebut akan dianugrahi ICSA (*Indonesian Customer Satisfaction Award*).

*Satisfaction* adalah kata dari bahasa latin, yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi, produk atau jasa yang bias memuaskan adalah produk dan jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup. Dalam konteks teori consumer behavior, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Salah satu definisinya, seperti yang dikemukakan oleh Richard Oliver: "kepuasan adalah respon pemuasan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang."

ICSA merupakan anugerah prestisius yang diberikan setiap tahun kepada merek-merek yang telah berhasil memberikan kepuasan tertinggi kepada konsumennya. Anugrah ini diberikan semenjak tahun 1999 dan telah menjadi simbol kesuksesan dari sebuah merek dalam usaha memberikan yang terbaik kepada pelanggannya. Selain menghasilkan produk atau jasa yang memuaskan keinginan konsumen, suatu perusahaan juga di harapkan dapat untuk menarik minat investor berinvestasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- ECFIN,2005, **Indonesia Capital Market Directory**, PT. BEJ, Jakarta
- Hanafi, Mamduh M. dan Abdul Halim, 1998, **Analisa Laporan Keuangan**, Edisi I. UPP-AM YKPN, Yogyakarta
- \_\_\_\_\_, 2003, **Analisa Laporan Keuangan**, Edisi Revisi, UPP-AM YKPN, Yogyakarta
- Harnanto, 2003, **Akuntansi Keuangan Intermadiate**, edisi 2, Liberty, Yogyakarta
- Husnan, Suad, 1998, **Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (keputusan jangka pendek)**, edisi 4, Yogyakarta
- Irawan, Hendi, 2003, **Indonesia Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan dan Merek pemegang ICSA**, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Irawan, Hendi, 2006, **10 Prinsip Kepuasan Pelanggan**, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Houston, Brigham, 2004, **Manajemen Keuangan**, Erlangga, Jakarta
- Maulida, Rilma,2006. **Pengaruh Pengumuman ICSA Terhadap Perubahan Harga Saham**.Skripsi program sarjana UNAND.
- Munawir, 1998, **Analisa Laporan Keuangan**, Edisi Keempat, Liberty, Yogyakarta
- Nasir, Muhammad, 2005, **Metode Penelitian**, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Sofiani,Kurnilla,2006. **Pengaruh Pengumuman ICSA Terhadap Volume Perdagangan Pada Perusahaan Go Publik yang Terdaftar di BEJ**. Skripsi program sarjana UNAND