

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era persaingan industrial keberhasilan suatu perusahaan ditentukan dengan kesuksesan perusahaan dalam memanfaatkan skala ekonomi yaitu tingkat efisiensi dalam beroperasional sesuai dengan kegiatan perusahaan memproduksi barang atau jasa. Memproduksi barang atau jasa dalam jumlah besar perlu standar produk perusahaan yang menggunakan teknologi dan informasi (IT), didalamnya dapat memanfaatkan *smart technology* guna meningkatkan keandalan dan kecepatan perusahaan sebagai penyedia barang atau jasa tersebut.

Saat ini kemajuan teknologi informasi terus merevolusikan setiap aspek bisnis, meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing. Persaingan menuntut setiap perusahaan untuk berlomba-lomba memperbaiki kualitas produk perusahaan yang diciptakan sebagai upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (*customer*) yang berubah-ubah serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing lain. Untuk memperoleh keunggulan bersaing tidak hanya mengandalkan kecepatan mengadopsi teknologi dan memanfaatkan informasi saja tapi bagaimana kemampuan manajemen perusahaan di setiap departemen mengelola perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa yang berkualitas.

Perusahaan yang menjadikan kualitas sebagai alat strategi akan mempunyai keunggulan bersaing dalam menguasai pasar. Perhatian pada kualitas memberikan dampak positif kepada bisnis berupa: (1) dampak terhadap biaya-biaya produksi

terjadi melalui proses pembuatan produk yang memiliki derajat konfirmasi tinggi terhadap standar-standar sehingga bebas dari tingkat kerusakan yang mungkin. (2) dampak terhadap pendapatan, peningkatan pendapatan terjadi melalui peningkatan penjualan atas produk yang berkualitas yang berharga kompetitif (Gaspersz, 2001: 3). Jadi jika kualitas ditingkatkan tentu akan mengurangi terjadinya produk rusak dan pada akhirnya akan menurunkan biaya. Menurut Hansen dan Mowen (2009: 269) menyatakan kualitas adalah derajat atau tingkat kesempurnaan, dalam hal ini kualitas adalah ukuran dari kebaikan (*goodness*). Secara operasional, produk atau jasa yang berkualitas adalah yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Untuk memenuhi harapan pelanggan tersebut dapat melalui atribut-atribut kualitas atau sering disebut dengan dimensi kualitas. Ada delapan dimensi kualitas, yaitu kinerja (*performance*), estetika (*aesthetics*), kemudahan perawatan dan perbaikan (*serviceability*), fitur (*features*), keandalan (*reliability*), tahan lama (*durability*), kualitas kesesuaian (*quality of performance*) dan kecocokan penggunaan (*fitness for use*).

Guna mendapatkan kualitas produk yang baik dibutuhkan biaya untuk meningkatkan kualitas, biaya tersebut dinamakan biaya kualitas (*cost of quality*). Menurut Hansen dan Mowen (2009:272) biaya kualitas (*cost of quality*) adalah biaya-biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang kualitasnya buruk. Definisi tersebut mengimplikasikan bahwa biaya kualitas berhubungan dari kegiatan-kegiatan yang terkait dengan kualitas. Biaya kualitas dapat dipakai oleh perusahaan sebagai tolak ukur keberhasilan program perbaikan kualitas. Apabila suatu perusahaan ingin melakukan program perbaikan kualitas, maka perusahaan harus mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan pada

masing-masing dari keempat jenis biaya kualitas, untuk itu perusahaan perlu membuat laporan biaya kualitas (Gaspersz,2005:172 dalam Christianto,2017).

Kualitas telah menjadi dimensi kompetitif yang penting bagi perusahaan manufaktur maupun jasa, juga bagi usaha kecil dan usaha besar. Ketika perusahaan yang bersangkutan menerapkan program perbaikan kualitas, timbul kebutuhan untuk melaporkan dan mengukur kinerja kualitas. Pengukuran terhadap kinerja kualitas tidak terlepas dari aspek kuantitatif yaitu biaya kualitas (*cost of quality*). Biaya kualitas salah satu cara menerjemahkan bahasa kualitas ke dalam bahasa yang dapat dikuantifikasikan sehingga memudahkan dalam pengukurannya. Pengidentifikasian untuk biaya kualitas semakin besarnya biaya kualitas disebabkan banyaknya jumlah barang yang dihasilkan menyimpang dari standar perusahaan atau dikategorikan sebagai produk rusak yang membutuhkan pengendalian kualitas. Jika “Semakin rendahnya biaya kualitas menunjukkan semakin baiknya program perbaikan kualitas yang dijalankan oleh perusahaan” (Tandiontong., dkk, 2010).

Penelitian terdahulu, Wahyuningtias (2013) tentang Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Produk Rusak menyatakan bahwa biaya kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap produk rusak. Menurut Christianto (2017) secara simultan biaya kualitas mempunyai pengaruh terhadap produk rusak. Secara parsial antara biaya pencegahan dan biaya penilaian memiliki pengaruh tetapi antara biaya kegagalan internal dan kegagalan eksternal tidak memiliki pengaruh terhadap produk rusak. Sedangkan menurut Marpaung (2016) secara parsial pengaruh positif dan signifikan antara biaya pencegahan terhadap produk rusak tapi secara parsial pengaruh negatif antara biaya penilaian terhadap produk rusak.

Dewi, Handriyono dkk., (2016) menyatakan bahwa biaya kualitas (biaya pencegahan) paling berpengaruh terhadap tingkat kerusakan produk.

Berdasarkan uraian di atas membahas mengenai hasil penelitian biaya kualitas terhadap produk rusak, tentu ada perusahaan yang menerapkan biaya kualitas yang dapat diamati dan ada pula yang tidak diketahui. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bersifat replikasi berdasarkan penelitian Marpaung (2016) terdapat pengaruh negatif secara parsial dalam biaya penilaian terhadap produk rusak, penelitian Christianto (2017) secara parsial terdapat pengaruh negatif dalam biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal pada produk rusak, persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu pada variabel terikat yaitu produk rusak dan penambahan variabel bebas menjadi 4 dimensi biaya kualitas (biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal).

Perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang adalah perusahaan manufaktur, menghasilkan produk berupa barang jadi. Kegiatan proses produksinya mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi dan siap untuk dijual. Dalam kegiatannya tentu membutuhkan pengendalian (pemeriksaan dan pengawasan) terhadap kualitas produksi. Maka perusahaan manufaktur dalam pencatatan akuntansinya sangat jelas memerlukan sistem pengendalian biaya dari kegiatan produksinya tersebut berupa biaya kualitas sebagai ukuran kualitas proses.

PT Insansandang Internusa (Indonesia *Textile Manufacturing*) merupakan perusahaan perseroan dalam industri tekstil, mengolah bahan baku kapas menjadi barang jadi berupa kain. Keberhasilan perusahaan telah menjadi produsen tekstil

yang sudah melayani permintaan pasar baik dari dalam maupun luar negeri. Oleh karenanya penelitian ini mengambil judul “ PENGARUH BIAYA KUALITAS TERHADAP PRODUK RUSAK PADA PT. INSANSANDANG INTERNUSA (*INDONESIA TEXTILE MANUFACTURING*) PERIODE 2014-2016 ”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan beberapa hal yang diuraikan dalam alasan pemilihan judul, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh biaya kualitas yang meliputi biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal secara parsial terhadap produk rusak pada PT Insansandang Internusa periode 2014-2016?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis besarnya pengaruh biaya kualitas yang meliputi biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal terhadap produk rusak dan mencari faktor-faktor penyebab produk rusak pada PT Insansandang Internusa periode 2014-2016.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian tidak terlepas dari tujuan yang ingin dicapai. Dengan terarahnya penelitian melalui target dari tujuan yang telah digariskan, hasil

penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak, antara lain :

1) Bagi Akademik

Penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk dijadikan informasi dan sumber referensi bagi para peneliti selanjutnya yang serupa tentang pengaruh biaya kualitas terhadap produk rusak pada perusahaan.

2) Bagi Praktisi Bisnis

Bagi perusahaan, diharapkan dapat menambah ilmu atau informasi untuk meningkatkan laba perusahaan. Serta dapat memberi masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan dan memberikan pandangan yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan.

3) Bagi pihak lain

Sebagai bahan masukan dan perbandingan untuk pemecahan masalah yang terkait antara biaya kualitas dengan produk rusak.