

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan yang optimal. Dengan memperoleh laba yang optimal, perusahaan dapat menjaga dan mempertahankan kelangsungan usahanya. Untuk dapat tetap eksis, perusahaan harus mampu bersaing dengan cara menghasilkan produk atau jasa dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Hal tersebut berlaku untuk semua bidang industri tanpa terkecuali.

Sejalan dengan perkembangan di dalam dunia usaha, persaingan yang dihadapi oleh perusahaan pun menjadi semakin ketat. Perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang sama pun semakin banyak bermunculan. Maka dari itu, setiap perusahaan harus bisa mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas dan keunggulan kompetitifnya. Ketika konsumen puas dengan kualitas barang atau jasa yang dipakai, maka konsumen tersebut akan terus-menerus menggunakan produk atau jasa tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain sehingga perusahaan pun memperoleh keuntungan.

Menurut Siregar, dkk. (2020), produk atau jasa dapat dikatakan berkualitas apabila produk atau jasa tersebut mampu memuaskan harapan konsumen. Harapan konsumen dapat dilihat dari beberapa dimensi yang mewakili kualitas, yaitu:

1. Kinerja (*performance*)
2. Estetika (*aesthetic*)

3. Kemampuan servis (*serviceability*)
4. Fitur (*features*)
5. Keandalan (*reliability*)
6. Keawetan (*durability*)
7. Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*)
8. Kesesuaian dalam penggunaan (*fitness of use*)

Empat dimensi pertama merupakan hal paling utama, namun juga sulit untuk diukur sehingga pada perusahaan jasa aktivitas kualitas dilaksanakan secara langsung di hadapan pelanggan. Dimensi kinerja untuk jasa dapat didefinisikan lebih lanjut oleh atribut daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*). Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kesediaan dalam melayani konsumen, menyediakan petunjuk, dan memberikan layanan yang konsisten. Kepastian (*assurance*) merujuk pada pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam memperoleh kepercayaan dan keyakinan konsumen. Empati (*empathy*) berarti kepedulian dan perhatian individual yang diberikan kepada konsumen (Hansen & Mowen, 2009).

Ativitas yang berhubungan dengan kualitas akan menimbulkan biaya yang disebut biaya kualitas. Biaya kualitas adalah biaya yang terjadi atau mungkin terjadi akibat adanya kualitas yang rendah (Siregar, dkk., 2020). Menurut Hansen & Mowen (2009), biaya kualitas dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu biaya kualitas yang berhubungan dengan aktivitas pengendalian (*control activity*) dan biaya yang berhubungan dengan aktivitas kegagalan (*failure activity*). Aktivitas pengendalian merupakan aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas,

yang terdiri atas aktivitas pencegahan dan aktivitas penilaian. Biaya pengendalian adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan aktivitas pengendalian. Sedangkan aktivitas kegagalan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau konsumennya untuk merespons kualitas yang buruk. Biaya kegagalan adalah biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan akibat telah terjadinya kegagalan dalam aktivitas. Kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan kualitas menunjukkan empat kategori biaya kualitas, yaitu biaya pencegahan (*prevention costs*), biaya penilaian (*appraisal costs*), biaya kegagalan internal (*internal failure costs*), dan biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*).

Menjaga agar biaya kualitas tetap efektif merupakan masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha. Hal ini dikarenakan jika biaya ini tidak dikeluarkan, maka kemungkinan besar dapat memunculkan biaya yang tersembunyi (*hidden cost*). Biaya kualitas diklasifikasikan menjadi *observable cost* dan *hidden cost*. *Observable cost* adalah biaya yang terdapat dalam catatan akuntansi. Sedangkan *hidden cost* adalah biaya peluang yang timbul karena kualitas yang buruk. *Hidden cost* terdapat dalam kategori kegagalan eksternal (Hansen & Mowen, 2009).

Penjelasan di atas berlaku bagi semua jenis perusahaan, tak terkecuali perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa termasuk hotel. Hotel merupakan perusahaan dalam bidang jasa yang menyediakan tempat peristirahatan bagi para pengunjungnya. Pihak hotel harus memberikan pelayanan yang baik untuk para pengunjungnya serta terus-menerus meningkatkan kualitas pelayanan agar memperoleh umpan balik yang positif dari para pengunjung.

Hotel Matahari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan terletak di Kota Yogyakarta, tepatnya di Jalan Parangtritis KM. 1, No. 123. Hotel Matahari telah berdiri sejak tahun 1991. Pada masa awal didirikan, Hotel Matahari dikualifikasikan sebagai Hotel Melati III dan kemudian pada bulan Juni 1993 akhirnya Hotel Matahari dinyatakan sebagai hotel bintang dua. Hotel Matahari memiliki 73 kamar dengan lima macam tipe, yaitu *standard room*, *superior room*, *moderate room*, *deluxe room*, dan *family suite room*. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, Hotel Matahari telah berusaha untuk memaksimalkan kualitas melalui aktivitas kualitas. Mengingat Hotel Matahari merupakan salah satu hotel di Yogyakarta yang sudah lama berdiri dan cukup terkenal di kalangan wisatawan serta sering menjadi lokasi penyelenggaraan acara seperti *meeting*, *study tour* dan tutup tahun, seharusnya Hotel Matahari mampu melakukan aktivitas kualitas secara maksimal dan menghasilkan fasilitas serta pelayanan yang terbaik bagi para pengunjungnya. Namun, sayangnya aktivitas kualitas masih belum dilakukan secara maksimal dan belum memberikan hasil yang memuaskan. Hal tersebut ditandai dengan masih terdapatnya cukup banyaknya respon berupa keluhan dari para pengunjung yang pernah menginap di Hotel Matahari. Disamping itu, penurunan jumlah hunian kamar juga dialami oleh Hotel Matahari. Berikut ini adalah tabel dari jumlah kamar yang tersedia dan jumlah kamar yang terjual pada Hotel Matahari pada tahun 2019-2021:

Tabel 1.1
Jumlah Kamar yang Tersedia dan Jumlah Kamar yang Terjual pada
Hotel Matahari

Tahun	<i>Room Availability (Rooms)</i>	<i>Room Occupied (Rooms)</i>
2019	26.644	18.716
2020	26.645	9.462
2021	26.572	8.548

Sumber: Hotel Matahari

Tahun	<i>Occupancy (%)</i>
2019	70%
2020	36%
2021	32%

Turunnya jumlah hunian kamar membuat Hotel Matahari perlu melakukan perbaikan dan evaluasi terhadap kualitas fasilitas dan pelayanannya. Pihak Hotel Matahari harus melakukan tindakan *continuous improvement* untuk mencegah pengunjung beralih ke hotel lain. Selain itu, pihak hotel juga harus mempertimbangkan biaya yang muncul akibat aktivitas tersebut.

Selain turunnya jumlah pengunjung, Hotel Matahari juga memiliki nilai *rating* yang lebih rendah bila dibandingkan dengan beberapa hotel bintang dua lainnya di Yogyakarta. Berikut ini adalah tabel perbandingan nilai *rating* antara Hotel Matahari dengan hotel bintang dua lainnya di Yogyakarta berdasarkan situs *trip advisor*, *pegipegi.com*, *traveloka*, dan *tiket.com*:

Tabel 1.2
Perbandingan Nilai Rating Antara Hotel Matahari dengan Hotel Bintang 2
di Yogyakarta

Hotel	Nilai Rating pada Situs			
	<i>Trip Advisor</i>	<i>Pegipegi.com</i>	<i>Traveloka</i>	<i>Tiket.com</i>
Hotel Matahari	3/5	7,9/10	7,8/10	3,3/5
POP! Hotel Sangaji	4/5	8,7/10	8,3/10	4/5
Whiz Hotel Malioboro	3,5/5	8,2/10	8,2/10	3,9/5
Nueve Malioboro Hotel	4/5	8,4/10	8,5/10	3,8/5
Zest Hotel	4/5	8,4/10	8,4/10	3,8/5
Aveon Express Hotel	4,5/5	8/10	8,5/10	4/5

Sumber: *trip advisor, pegipegi.com, traveloka, dan tiket.com*

Dalam hal mengenai respon dari para pengunjung, dapat dilihat melalui *review* tamu di *platform-platform* penyedia layanan pemesanan hotel yang ada di internet. Pada *platform-platform* tersebut, terdapat berbagai komentar dari pengunjung yang pernah menginap di Hotel Matahari, baik komentar positif maupun negatif. Kebanyakan komentar negatif yang diberikan selalu berkaitan dengan sumber daya manusia dan fasilitas seperti pelayanan dan kebersihan kamar. Keluhan dari beberapa pengunjung yang pernah menginap di Hotel Matahari yang ditulis melalui *pegipegi.com, traveloka, tiket.com, dan trip advisor* dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3
Keluhan Pengunjung Hotel Matahari pada Situs Penyedia Layanan
Pemesanan Hotel

Nama Website	Keluhan	Tahun	Bulan
<i>Pegipegi.com</i>	Kurangnya kebersihan kamar (ada bekas rambut tamu sebelumnya yang tertinggal, ada kecoa, ada sampah milik tamu sebelumnya yang tidak dibereskan, <i>guest amenities</i> terlihat seperti bekas dipakai)	2017	Juli
		2019	Juni
		2020	Agustus, November
		2021	Maret, Juni

		2022	Februari
	Tempat tidur yang cekung (kurang nyaman / busa kasur tipis)	2019	Oktober
		2021	Februari
	Bantal yang tipis / kempes sehingga tidak nyaman	2021	Februari
	Shower air panas tidak menyala	2020	Agustus, November
		2021	Juni
	Staff yang kurang ramah	2020	Agustus
	AC kurang dingin	2019	Oktober
<i>Traveloka.com</i>	Kurangnya kebersihan kamar (kamar mandi sedikit kotor, seprai dan sarung bantal kurang bersih, kamar agak berdebu, ada kecoa, dinding kotor / berjamur, lantai yang kotor, ada bau yang tidak sedap, adanya bekas putung rokok di kamar mandi)	2018	Mei, Juni, Juli, Agustus, Oktober, November
		2019	Januari, April, Mei, Juni, Juli, Agustus, September
		2020	Februari, Oktober, November, Desember
		2021	Mei, November, Desember
		2022	Januari, Juli
	Staff hotel yang kurang ramah, tidak adanya staff yang membantu pengunjung untuk membawa barang dan mengantar ke kamar, resepsionis yang tidak mengangkat telepon	2019	Maret, Juni, Juli, Agustus, September
	Shower air panas tidak menyala (tidak ada air hangat / panas di kamar mandi)	2018	Juli, Oktober, November
		2019	Januari, Maret, April, Mei, Juli
		2020	Agustus, Oktober, November
		2021	Januari
		2022	Maret,
	AC yang bocor	2020	Desember
	AC yang tidak dingin	2018	Oktober
		2019	Maret, Mei, Juni, Agustus, November
		2020	Agustus, November
		2022	Januari
	Kasur yang tidak nyaman	2019	Juli, November

		2020	Oktober
	Terdapat paku yang keluar di samping kasur	2019	November
		2020	Agustus
	Ketidaksesuaian antara pesanan jenis kamar dengan jenis kamar yang diterima (pengunjung memesan kamar dengan jenis tempat tidur <i>single bed</i> namun pihak hotel memberikan kamar dengan jenis tempat tidur <i>twin bed</i> , pengunjung memesan kamar di lantai 2 tetapi diberi kamar di lantai 1, pengunjung memesan 2 kamar bersebelahan namun diberi 1 kamar dengan 4 tempat tidur)	2019	Mei, Juni, Agustus
		2020	Agustus, Oktober
		2021	Desember
		2022	Maret
	Adanya barang titipan tamu yang hilang	2020	November
	Terdapat binatang yang membuat gatal (binatang kutu / tinggi)	2018	Oktober
		2019	Januari, Agustus
		2020	Oktober
	Terdapat banyak nyamuk	2019	April
	Terdapat kamar yang bocor saat hujan	2020	November
		2022	Januari
<i>Tiket.com</i>	Kondisi kamar yang kurang terawat	2020	November
		2022	Januari
	Petugas resepsionis yang kurang ramah	2020	Oktober
	Terdapat binatang tinggi (semacam kutu yang membuat gatal)	2021	April
	Tidak tersedianya air panas	2021	November
	Ketidaksesuaian antara pesanan jenis kamar dengan jenis kamar yang diterima (pemesanan jenis bed dengan jenis bed yang diberikan berbeda)	2021	November
	<i>Trip advisor</i>	<i>Staff</i> yang kurang ramah dan kurang membantu	2009
2013			Desember
2014			November
2017			Maret
Kebersihan kamar yang kurang dan fasilitas kamar yang kurang terawat		2010	Januari
		2013	Desember
		2014	Oktober
		2016	Oktober
		2019	September
		2020	Desember
Terdapat tamu yang barangnya hilang (kamar dibobol pencuri dan CCTV hotel mati)		2015	Februari

	<i>Shower</i> air panas tidak menyala	2017	Maret
		2019	September
	AC yang tidak dingin	2009	April
		2017	Maret

Sumber: *trip advisor, pegipegi.com, traveloka, dan tiket.com*

Dengan adanya keluhan dari pengunjung dalam menilai Hotel Matahari Yogyakarta, pihak manajemen harus segera melakukan evaluasi serta mengatasi penyebab hal-hal yang menjadi keluhan pengunjung tersebut bisa terjadi. Hal ini perlu dilakukan agar pengunjung tidak beralih ke hotel lain.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan dari penelitian ini adalah apakah biaya kualitas pada Hotel Matahari Yogyakarta sudah efektif?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus, maka penelitian akan dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Data biaya kualitas yang diteliti adalah data biaya kualitas yang dapat dilihat pada catatan akuntansi (*observable quality cost*).
2. Biaya kualitas dapat dikatakan efektif apabila persentase kenaikan biaya pengendalian lebih kecil daripada persentase penurunan biaya kegagalan (Hansen & Mowen, 2009).
3. Data biaya kualitas yang digunakan adalah biaya kualitas tahun 2019-2021.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah biaya kualitas pada Hotel Matahari Yogyakarta sudah efektif.

1.5. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini bisa memberi masukan bagi pihak manajemen dalam mengelola aktivitas perencanaan dan pertimbangan kualitas Hotel Matahari Yogyakarta.

1.6. Metodologi Penelitian

1.6.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan *applied research*. Sekaran & Bougie (2016) mendefinisikan *applied research* sebagai *research done with the intention of applying the results of the findings to solve specific problems currently being experienced in an organization*, atau dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan dengan tujuan menerapkan hasil temuan untuk memecahkan masalah tertentu yang saat ini sedang dialami oleh suatu organisasi.

1.6.2. Objek Penelitian

Menurut Hartono (2017) objek adalah suatu entitas yang akan diteliti. Entitas dapat berupa perusahaan, manusia, karyawan, dan lainnya. Objek dari penelitian ini adalah biaya kualitas pada Hotel Matahari Yogyakarta.

1.6.3. Subjek Penelitian

Sekaran & Bougie (2016) mendefinisikan subjek sebagai *a single member of the sample*, atau dapat diartikan sebagai salah satu anggota dari sampel. Subjek dari penelitian ini adalah Hotel Matahari yang terletak di Jalan Parangtritis KM. 1, No. 123 Yogyakarta.

1.6.4. Data yang Digunakan

Menurut Hartono (2017), data terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data arsip. Data primer adalah data yang didapat langsung oleh peneliti, sedangkan data arsip merupakan data yang bersumber dari pihak lain. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan pihak Hotel Matahari Yogyakarta sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berupa data-data biaya kualitas dari pihak Hotel Matahari Yogyakarta.

1.6.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak Hotel Matahari Yogyakarta untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian.

2. Observasi

Observasi secara langsung dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Informasi yang didapat melalui

metode observasi, yaitu informasi mengenai aktivitas kualitas yang dilakukan oleh pihak Hotel Matahari Yogyakarta.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencatat atau mendokumentasikan data-data, catatan-catatan dan dokumen yang berkaitan dengan biaya kualitas pada Hotel Matahari Yogyakarta.

1.6.6. Metode Analisis Data

Langkah-langkah analisis data pada penelitian ini meliputi:

1. Mengidentifikasi aktivitas kualitas dan biaya kualitas yang terjadi pada Hotel Matahari Yogyakarta.
2. Mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas kualitas ke dalam empat elemen biaya kualitas.
3. Menilai efektivitas biaya kualitas dengan membandingkan peningkatan maupun penurunan biaya pengendalian dengan peningkatan atau penurunan biaya kegagalan.

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini dijelaskan mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II BIAYA KUALITAS

Pada bab ini, dijelaskan mengenai teori-teori dan hasil studi pustaka yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dan sebagai landasan dalam mengelola data-data dalam penelitian.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisi gambaran umum mengenai Hotel Matahari Yogyakarta yang terdiri dari sejarah singkat hotel, lokasi hotel, struktur organisasi, personalia, fasilitas dan jasa yang disediakan, sumber daya manusia, dan aktivitas kualitasnya

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang analisis dan pembahasan dari data-data yang diperoleh dari pihak hotel.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan implikasi manajerial terhadap hasil penelitian yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan.