

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Akuntansi berubah lebih maju dalam masyarakat yang terus berkembang, dan bisnis menghadapi tantangan yang semakin meningkat dalam ekonomi modern. Salah satu tantangan yang akan dihadapi pembisnis atau suatu perusahaan yaitu semakin meningkatnya permintaan oleh konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Dalam dunia usaha terkhusus pada sektor pemanufakturan juga semakin meningkat. Hal tersebut memiliki pengaruh antar usaha dalam bersaing ketika menghasilkan produk sejenis. Karena menghasilkan produk yang sejenis maka suatu perusahaan harus menciptakan nilai yang membedakan produk mereka dengan produk lain yang sejenis. Persaingan suatu usaha mendorong perusahaan untuk menerapkan dan meningkatkan suatu strategi agar pendapatan semakin meningkat dan mutu produk yang tetap terjaga.

Tingkat kesadaran perusahaan terhadap suatu mutu produk yang dimiliki merupakan hal yang penting agar dapat memuaskan pelanggan. Mutu secara operasional yang dijelaskan oleh Hansen dan Mowen (2009) adalah produk yang memenuhi atau dapat melebihi harapan pelanggan. Jika produk memiliki mutu yang baik artinya pelanggan mendapatkan produk yang sesuai atau melebihi harapan mereka, sehingga mereka tertarik untuk membeli produk tersebut. Sering kali persaingan yang terjadi antar perusahaan yang menghasilkan produk sejenis, mereka memberikan harga yang murah dengan mutu yang kurang diperhatikan.

Peristiwa tersebut karena strategi yang dimiliki perusahaan berusaha untuk mendapatkan laba yang besar tanpa memperhatikan mutu produk yang bisa saja menimbulkan dampak bagi perusahaan. Jika perusahaan tidak menaruh perhatian terhadap mutu produk maka dalam penjualan produk pasti akan mengalami penurunan karena tidak sesuai dengan harapan pelanggan, yang nantinya akan mempengaruhi pendapatan laba.

Ada berbagai cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menghasilkan produk yang baik, salah satunya dengan meningkatkan mutu produk dengan efisiensi biaya pada produk yang dihasilkan. Perusahaan yang berani dan mampu melakukan perbaikan serta meningkatkan mutu produk disertai dengan pengendalian biaya terhadap mutu tiap produk yang dihasilkan, perusahaan memiliki peluang untuk meningkatkan jumlah produk yang dijual dan siap untuk bersaing dengan perusahaan lain secara global. Melakukan perbaikan serta meningkatkan mutu dan menggunakan biaya yang efisien pada produk penting untuk diperhatikan oleh suatu perusahaan. Keefektifan suatu jumlah biaya mutu dapat dilihat melalui mutu produk yang mengalami pencegahan dan penilaian berlebih dari adanya kegagalan internal dan eksternal. Tingkat kegagalan pada produk dapat diperkecil jika perusahaan memenuhi standar biaya mutu produk. Hal tersebut juga akan berpengaruh dalam menghasilkan biaya mutu yang efektif. Mutu produk yang ditingkatkan bukan berarti selalu meningkatkan biaya produk. Justru produk yang bermutu buruk akan membebani biaya karena terjadinya barang rusak ataupun cacat maka makin tinggi biaya yang akan dikeluarkan lagi karena memperbaiki atau menukar produk tersebut.

Adanya pemborosan yang disebabkan oleh barang rusak atau cacat karena mutu produk yang buruk akan menimbulkan biaya operasional yang tidak efisien. Oleh sebab itu, dalam upaya meningkatkan mutu produk pihak manajemen harus dapat mengelompokkan biaya-biaya yang dikeluarkan berdasarkan kategorinya. Salah satu biaya perusahaan yang dikeluarkan untuk meningkatkan mutu produk agar tercapai suatu standar mutu yang telah ditentukan disebut biaya mutu. Sedangkan biaya mutu menurut Hansen dan Mowen (2009) adalah biaya pengeluaran yang disebabkan oleh produk dengan mutu produk yang gagal atau rusak. Biaya mutu secara umum dapat dikategorikan menjadi empat jenis yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal. Pencatatan biaya yang dikelompokkan ke dalam beberapa kategori berbeda ini dapat mempermudah rencana biaya mutu yang akan datang.

Sebagai perusahaan atau bisnis sudah semestinya membutuhkan suatu mutu produk untuk menarik pelanggan dan menghasilkan laba bagi perusahaan atau bisnis. Konveksi Abed merupakan salah satu bisnis yang bergerak dibidang konveksi yang memproduksi beberapa jenis produk seperti, celana, kaos, korsa, masker, APD, kaos berkerah, dan lain-lain. Konveksi Abed beberapa kali mengalami kegagalan produk baik itu produk cacat maupun produk rusak. Menurut hasil wawancara dan catatan konveksi yang ditunjukkan oleh pihak Konveksi saat wawancara, pada tabel 1.1 merupakan data yang diolah kembali oleh peneliti sesuai dengan data yang diberikan oleh Konveksi Abed berisi jumlah kegagalan pada tiap produk pada Konveksi Abed. Dapat ditarik kesimpulan bahwa produk yang sering

mengalami kecacatan dan kerusakan pada Konveksi Abed adalah kaos, celana boxer, polo, dan seragam olahraga.

Tabel 1.1
Data Produk Gagal pada Konveksi Abed Tahun 2020-2022
(semua jenis produk)

No	Jenis Produk	Tahun			Jumlah
		2020	2021	2022	
1	Celana boxer	555	596	616	1.767
2	Kaos	447	487	569	1.503
3	Seragam olahraga	351	377	408	1.136
4	Polo	232	251	284	767
5	Kulot	228	230	256	714
6	Legging	222	218	247	687
7	Daster	236	223	201	660
8	PDH	225	220	213	658
9	APD	310	108	55	473
10	Masker	215	95	80	390

Sumber: Data produk gagal Konveksi Abed

Besterfield (2009) mendefinisikan produk cacat sebagai produk yang dihasilkan selama proses pembuatan dan tidak sesuai dengan standar kualitas yang digunakan, tetapi masih dapat diperbaiki dengan biaya tertentu. Contoh produk cacat yang terjadi di Konveksi Abed adalah produk robek dan jahitan kurang rapi. Lalu definisi produk rusak adalah produk yang kondisinya rusak, atau tidak memenuhi standar mutu yang sudah ditetapkan, dan tidak dapat diperbaiki yang akan menimbulkan biaya kerugian produk yang rusak dengan jumlah yang akan lebih tinggi daripada biaya perbaikan pada produk cacat. Contoh produk rusak pada Konveksi Abed adalah sablon rusak dan salah ukuran. Tetapi produk rusak pada Konveksi Abed masih memiliki nilai jual, untuk produk yang sablonnya rusak, seragam olahraga salah ukuran, atau pesanan dengan desain khusus yang tidak

dapat dijual kepada pembeli yang umum maka akan dijual kepada pengepul kain perca. Sedangkan untuk produk seperti kaos polos dan celana boxer yang salah ukuran maka akan dijual kembali.

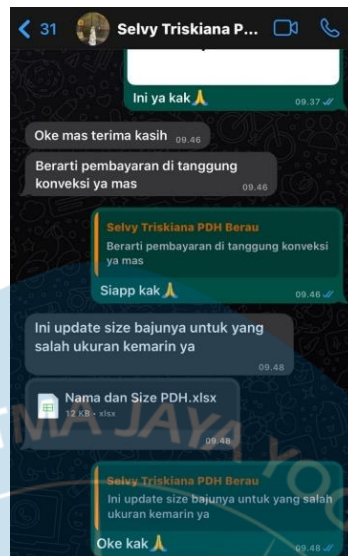
Produk dari Konveksi Abed yang mendapat komplain dari pelanggan atau konsumen mengenai sablon yang rusak, ukuran yang tidak sesuai pesanan, produk robek, jahitan kurang rapi seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.1.



Sumber: Konveksi Abed, 2023

Gambar 1.1
Produk Rusak Konveksi Abed

Lalu kebanyakan pelanggan dari Konveksi Abed melakukan komplain produk secara langsung dengan datang ke tempat produksi Konveksi Abed, tetapi ada juga pelanggan dari luar daerah atau berjarak jauh dari Konveksi Abed melakukan komplain melalui chat *Whatsapp*. Seperti yang dilakukan oleh PT Berau Coal yang berlokasi di Kalimantan Timur, ditunjukkan pada gambar 1.2 bahwa PT Berau Coal melakukan komplain melalui *whatsapp* mengenai kesalahan pada ukuran PDH yang dipesan dan meminta untuk retur pada produk yang tidak sesuai.



Sumber: Konveksi Abed, 2023

Gambar 1.2 Komplain Pelanggan

Ada beberapa aktivitas yang telah dilakukan oleh Konveksi Abed dalam meningkatkan mutu produk perusahaan, seperti melakukan inspeksi bahan baku, pemeriksaan mutu produk, serta memperbaiki produk yang cacat dan melakukan retur produk ketika produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan. Pada gambar 1.3 ditunjukkan bukti retur Konveksi Abed kepada pelanggan.

A		ABED		Prodan, Se Suka 2211	
		Tembelangan, Tembelangan, Prodan, Kaban		Kepada Yth:	
		Tlp. 081 2269 7897 Rumah 0272-818208		KUPU	
		Cedak : Berhimpun Bakuam Cakam,			
		Layang Dimeas & Ansa, Gasep,			
		Chabang, Kawa 08			
SURAT JALAN NO.					
Banyaknya	Nama Barang	Harga	Jumlah		
100	Legging Jumbo Koran	Rp 12.000	1.200.000		
20	Legging Spandek	Rp 11.000	2.200.000		
30	Kulot panjang koran	Rp 12.000	3.600.000		
			Rp 2.120.000		
			<i>Linas</i>		
20	Retur Legging Jumbo Koran (Rusak sobek)	Rp 12.500	Rp 2.500.000		
Tanda Terima :			Hormat Kami,	Jumlah Total	Rp. 2.120.000
				Tutup	Rp.
				Sisa Pembayaran	Rp.

Sumber: Konveksi Abed, 2023

Gambar 1.3 Bukti Retur Konveksi Abed

Menurut hasil wawancara, pemilik atau pihak internal dari Konveksi Abed mengatakan bahwa sebenarnya pada awal Konveksi Abed berdiri, kegagalan produksi yang terjadi tidak begitu banyak. Seiring berjalannya waktu, tingkat permintaan konsumen semakin banyak dan berpengaruh pada produksi Konveksi Abed semakin meningkat dan kegagalan produksi pun ikut meningkat. Jika dilihat menurut *trend*, produk cacat dan rusak pada tahun-tahun sebelumnya, diambil selama 5 tahun terakhir yaitu tahun 2018-2022. Seperti pada tabel 1.2 ditunjukkan jumlah produk dengan mutu buruk yang semakin meningkat setiap tahunnya. Kemudian didapatkan persentase produk dengan mutu buruk pada tahun 2018-2022 yang mengalami naik turun. Pada tahun 2018 sebesar 7,6% lalu mengalami kenaikan menjadi 8,3% pada tahun 2022.

Tabel 1.2

Jumlah Produk Bermutu Buruk pada Tahun 2018-2019

Tahun	Jumlah Produk Cacat dan Rusak (Unit)	Jumlah Produk Retur (Unit)	Jumlah Produk Bermutu Buruk (Unit)
2018	1.421	706	2.127
2019	1.523	782	2.305
2020	1.585	869	2.454
2021	1.711	1.045	2.756
2022	1.877	1.170	3.047

Sumber: Data yang diolah, 2023

Tabel 1.3**Jumlah Produksi dan Persentase Produk Bermutu Buruk Tahun 2018-2022**

Tahun	Jumlah Produk Dengan Mutu Buruk (Unit)	Jumlah Unit Produksi (Unit)	Persentase Produk Bermutu Buruk (%)
2018	2.127	27.850	7,6%
2019	2.305	30.735	7,5%
2020	2.454	25.308	9,7%
2021	2.756	30.174	9,1%
2022	3.047	36.810	8,3%

Sumber: Data yang diolah, 2023

Hal ini menimbulkan pertanyaan kepada Konveksi Abed sendiri, apakah usaha konveksi dalam mengendalikan mutu produknya belum efektif. Oleh karena itu, Konveksi Abed merasa perlu melakukan analisis efektivitas biaya mutu agar dapat mengetahui biaya mutu yang telah dikeluarkan oleh Konveksi Abed telah efektif atau belum untuk keberlanjutan usahanya. Dengan mempertimbangkan latar belakang serta informasi yang telah didapatkan dari Konveksi Abed, peneliti ingin menganalisis biaya mutu yang dikeluarkan oleh konveksi tersebut, sehingga Konveksi Abed dapat mengetahui tingkat efektivitas biaya mutu produknya. Maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Efektivitas Biaya Mutu Pada Konveksi Abed Klaten”**

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Apakah Biaya Mutu pada Konveksi Abed Klaten tahun 2020-2022 sudah efektif?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian terhadap Konveksi Abed akan menggunakan beberapa batasan masalah agar dapat meneliti secara spesifik, yaitu sebagai berikut:

1. Data Konveksi Abed dengan rentang tahun 2020-2022.
2. Menggunakan data biaya mutu terlihat (*observable quality cost*).
3. Kriteria biaya mutu dikatakan efektif jika biaya pengendalian yang meningkat diikuti dengan biaya kegagalan yang menurun (Hansen & Mowen, 2006)
4. Menggunakan 4 jenis produk yaitu kaos, celana boxer, polo, dan seragam olahraga karena merupakan produk yang sering terjadi kegagalan dalam proses produksinya.

1.4. Tujuan Penelitian

Mempertimbangkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi efektivitas biaya mutu pada Konveksi Abed Klaten sehingga dapat memberikan hasil sebagai sarana pengambilan keputusan perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Kontribusi Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi teori untuk sumber-sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan analisis efektivitas biaya mutu.

2. Kontibusi Praktik

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tolak ukur bagi penelitian di masa mendatang serta dapat memberikan tambahan informasi mengenai analisis efektivitas biaya mutu pada Konveksi Abed Klaten yang dapat digunakan untuk sarana pengambilan keputusan berkaitan dengan biaya mutu produk.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konveksi Abed Klaten yang lokasinya berada di Jl Pemuda No.6 Tamengbayan, Tambakboyo, Pedan, Klaten, Jawa Tengah.

1.6.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah studi kasus, yang menurut Jogiyanto (2016) merupakan penelitian yang hanya melibatkan satu objek saja secara dalam.

1.6.3. Sumber Data

Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder. Data primer akan dikumpulkan melalui proses wawancara dengan pemilik Konveksi Abed. Sedangkan data sekunder akan didapatkan melalui

jurnal, artikel, buku, serta laporan keuangan terkait biaya biaya yang memiliki hubungan dengan mutu pada Konveksi Abed Klaten.

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan yang isinya merupakan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Biaya Mutu yang isinya merupakan teori yang berhubungan dan dapat mendukung penelitian serta menjadi tolak ukur membantu peneliti dalam menganalisis data mengenai biaya mutu.

BAB III Gambaran Umum Perusahaan yang isinya merupakan gambaran singkat konveksi, lokasi konveksi, dan gambaran umum serta data yang kiranya diperlukan.

BAB IV Analisis dan Pembahasan yang isinya merupakan analisis serta pembahasan suatu masalah yang berada di perusahaan.

BAB V Penutup yang isinya merupakan kesimpulan dari hasil penelitian serta implikasi manajerial yang dapat Konveksi Abed gunakan berhubungan dengan efektivitas biaya mutu perusahaan.