

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini persaingan bisnis di dunia sudah sangat pesat dimana perusahaan-perusahaan harus membuat strategi perusahaan dalam bersaing dengan kompetitor yang lain di kondisi ekonomi apapun. Indonesia merupakan suatu negara industri dimana sudah banyak bisnis yang berkembang terutama bisnis dalam bidang konveksi. Oleh karena itu, perusahaan dituntut harus memiliki keunggulan yang membedakan produk perusahaan yang satu dengan kompetitor yang lain. Dalam hal ini, perusahaan harus memperhatikan kualitas setiap produk yang dihasilkan agar dapat memuaskan konsumen. Perusahaan harus menetapkan standar biaya kualitas dalam produksi sehingga dapat meminimalisir produk yang mengalami kegagalan.

Menurut Hansen dan Mowen (2009), biaya kualitas adalah biaya yang muncul karena adanya produk dengan kualitas cacat atau gagal. Biaya kualitas yang efektif dapat dilihat jika suatu kualitas terhadap produk lebih besar mengalami penilaian dan pencegahan dibandingkan dari adanya kegagalan internal maupun eksternal. Biaya kualitas terbagi dalam empat kelompok yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal. Biaya pencegahan dan biaya penilaian merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mendeteksi dan mencegah adanya kegiatan yang berkualitas buruk. Biaya kegagalan internal adalah

Biaya yang timbul akibat produk tidak memenuhi spesifikasi kualitas yang telah ditentukan namun dapat terdeteksi sebelum produk dikirim ke pelanggan.

Biaya kegagalan eksternal adalah biaya yang timbul akibat adanya ketidaksamaan antara produk dengan kualitas yang diharapkan, namun baru dapat diketahui setelah produk sampai di tangan pelanggan. Dalam hal ini, setiap perusahaan akan dihadapkan dengan permasalahan untuk menjaga kestabilan biaya kualitas tetap efektif. Seiring berkembangnya zaman, bisnis konveksi sudah banyak berkembang khususnya di Indonesia. Stronger MFG merupakan usaha yang bergerak dalam bidang konveksi yang berada di Yogyakarta. Stronger MFG menjual beberapa produk antara lain kaos, hoodie, polo, kemeja dan jersey.

Dalam proses pemasaran produk, Stronger MFG menggunakan jasa pengantaran barang untuk mengantarkan produk ke tangan konsumen. Pada saat ini di Yogyakarta sudah banyak konveksi yang memproduksi produk yang sama. Hal tersebut dapat menjadi ancaman kedepannya bagi konveksi. Dalam hal ini terdapat dua kompetitor yaitu OZZA Konveksi dan Indokonveksi Jogja dimana masing-masing memproduksi beberapa macam produk seperti jas almamater, topi yang tidak diproduksi oleh Konveksi Stronger MFG.

Tidak hanya itu dua konveksi tersebut memberikan garansi pada setiap produknya kepada pelanggan. Hal tersebut tidak dimiliki oleh konveksi Stronger MFG. Oleh karena itu, pemilik usaha harus mempertahankan pasar dengan meningkatkan kualitas dalam setiap produknya serta memperhatikan kepuasan pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan kualitas produk sehingga dapat

meminimalisir produk reject dalam proses produksi . Berikut di bawah ini merupakan data mengenai produk yang mengalami kerusakan :

Tabel 1.1.

Data Produk Gagal Konveksi Stronger MFG

Tahun 2020 -2022

(dalam satuan unit)

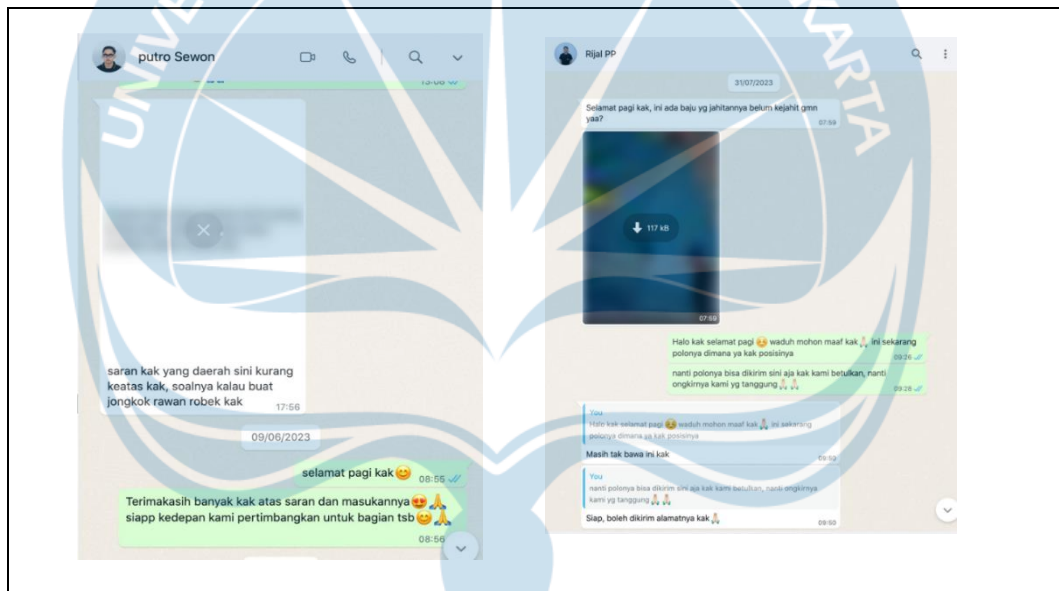
No	Produk	Tahun		
		2020	2021	2022
1	Kaos	757	2.458	4.676
2	Polo	164	728	537
3	Hoodie	105	170	342
4	Kemeja	74	157	213
5	Jersey	-	87	271
Total		1.100	3.600	6.139

Sumber : Data produk gagal Konveksi Stronger MFG

Dalam suatu proses produksi sebuah produk tidak lepas dari masalah kegagalan hasil barang produksi atau disebut dengan produk reject. Produk reject merupakan hasil produk dari proses produksi yang tidak memenuhi kualitas yang telah ditentukan. Faktor terjadinya produk reject dalam suatu produksi tidak hanya dari faktor manusia bahkan bisa disebabkan oleh mesin maupun bahan baku yang digunakan. Pada tabel 1.1 menjelaskan bahwa pada konveksi Stronger MFG mengalami peningkatan produk reject setiap tahunnya yaitu pada tahun 2020 sampai

dengan 2022. Produk reject yang terjadi di konveksi Stronger MFG antara lain jahitan yang kurang rapi ,produk yang robek, sablon yang tercetak kurang rapi. Oleh karena itu, banyak konsumen yang mengadakan keluhan terkait produk yang tidak sesuai dengan pesanan. Berdasarkan wawancara dengan pemilik perusahaan, setiap bulan selalu ada keluhan dari pelanggan. Berikut di bawah ini merupakan dua contoh keluhan yang disampaikan oleh pelanggan :

Gambar 1.1.
Contoh keluhan konsumen



Dapat dilihat bahwa pelanggan memberikan complain melalui whatsapp mengenai kerapian dalam kualitas produk yang masih kurang. Tidak hanya itu , pemilik usaha menerima keluhan pelanggan dari telepon maupun secara langsung datang ke toko.

Dalam mengatasi hal tersebut pemilik hanya melakukan retur produk reject kepada pelanggan. Berikut merupakan presentase produk reject tahun 2020 -2022 pada tabel 1.2 :

Tabel 1.2.

Presentase Produk Reject tahun 2020-2022

	Tahun	Jumlah Produk Reject	Jumlah Unit Produksi	Presentase Produk Reject
Kaos	2020	757	14.765	5,1%
	2021	2.458	23.345	10,5%
	2022	4.676	25.645	18,2%
Polo	2020	164	2.850	5,8%
	2021	728	7.576	9,6%
	2022	537	5.480	9,8%
Hoodie	2020	105	2.713	3,9%
	2021	170	3.478	4,9%
	2022	342	4.234	8,1%
Kemeja	2020	87	1.453	6,0%
	2021	157	2.375	6,6%
	2022	213	2.846	7,5%
Jersey	2020	-	-	0,0%
	2021	87	1.122	7,8%
	2022	271	3.126	8,7%

Sumber : Pengolahan data, 2023

Berdasarkan hasil tabel tersebut dilihat bahwa produk yang mengalami kegagalan terbesar pada produk kaos sebesar 5,1 % pada 2020 meningkat pada tahun 2021 sebesar 10,5 % dan pada tahun 2022 sebesar 18,2% sedangkan produk polo mengalami kegagalan sebesar 5,8% pada tahun 2020 meningkat pada tahun 2021 sebesar 9,6 % dan pada tahun 2022 sebesar 9,8%. Tingginya presentase produk reject

yang ditunjukkan pada tabel 1.2, konveksi stronger MFG perlu melakukan perbaikan kualitas dan menganalisis penyebab tingginya produk reject yang terjadi.

Berdasarkan survei dan wawancara yang telah dilakukan peneliti, pemilik usaha Konveski sampai hingga saat ini belum mengetahui pengelolaan biaya kualitas. Pemilik usaha perlu memikirkan bagaimana pengelolaan biaya kualitas sehingga meminimalisir terjadinya peningkatan produk reject . Dengan adanya informasi tersebut perusahaan dapat mengetahui sejauh mana efektivitas dalam peningkatan kualitas suatu produk. Berdasarkan yang terjadi pada perusahaan tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “ **Analisis Efektivitas Biaya Kualitas pada Konveksi Stronger MFG** “.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan pokok permasalahan dalam penelitian adalah apakah pengendalian kualitas pada konveksi stronger MFG sudah efektif tahun 2020 sampai dengan tahun 2022.

1.3. Batasan Masalah

Agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih fokus, maka penelitian ini akan dibatasi oleh beberapa hal , yaitu sebagai berikut :

1. Data konveksi Stronger MFG dalam rentang waktu tahun 2020 hingga 2022.
2. Data biaya kualitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu biaya kualitas terlihat dimana tercatat secara jelas dalam catatan keuangan.

3. Efektivitas pengendalian biaya kualitas diukur dengan membandingkan biaya pengendalian dengan biaya kegagalan. Jika presentase penurunan biaya kegagalan lebih besar dibandingkan dengan presentase kenaikan biaya pengendalian maka biaya kualitas dikatakan efektif begitupun sebaliknya.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengendalian efektivitas biaya kualitas pada konveksi stronger MFG sudah dalam periode 2020 sampai dengan 2022.

1.5. Manfaat Panellation

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Dapat memberi masukan kepada pemilik usaha dalam pertimbangan kualitas.
2. Dapat memberikan tambahan informasi mengenai pengelolaan efektivitas pengendalian biaya kualitas dalam sebuah perusahaan.

1.6. Objek Penelitian dan Jenis Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah konveksi Stronger MFG yang berlokasi Jl.K.H.Muhdi ,Corongan, Maguwarharjo, Kec.Depok,Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jenis penelitian ini meupakan studi kasus dimana melibatkan satu objek secara mendalam. Dalam penelitian ini menggunakan data biaya yang terkait dengan aktivitas kualitas yang terjadi di konveksi tersebut.

1.7. Metode Pengumpulan Data

Berikut dibawah ini merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini :

- a. Observasi : melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan yaitu konveksi Stronger MFG untuk melihat permasalahan yang berhubungan dengan aktivitas kualitas.
- b. Wawancara : melakukan wawancara dengan pemilik konveksi serta karyawan yang terlibat dalam aktivitas kualitas.
- c. Dokumentasi : mencatat beberapa data maupun dokumen yang berkaitan dengan aktivitas kualitas di konveksi Stronger MFG.

1.8. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terstruktur penelitian ini, maka sistematika penulisan disusun sebagai berikut :

1. BAB I Pendahuluan : Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian objek penelitian, jenis penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.
2. BAB II Landasan Teori : Bab ini membahas teori-teori yang berhubungan serta mendukung dalam penelitian ini.
3. BAB III Gambaran Umum Perusahaan : Bab ini menjelaskan gambaran umum tentang objek dimana termasuk sejarah singkat konveksi, struktur organisasi, dan informasi lain yang berhubungan dengan konveksi.

4. BAB IV Analisis data dan Pembahasan : Bab ini berisi mengenai analisis serta pembahasan masalah yang ada di konveksi. Hasil dari analisis diperoleh dari data lengkap berdasarkan topik penelitian.
5. BAB V Kesimpulan dan Saran : Bab ini merupakan penutup dimana berisi kesimpulan dimana rangkuman dari bab-bab sebelumnya yang telah dibahas dalam penelitian ini serta berisi saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.

