

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semua jenis usaha yang ada dituntut untuk berkembang dan berinovasi serta memberikan *output* yang terbaik melebihi semua pesaing agar bisa bertahan dalam dunia bisnis. Tidak ada satupun perusahaan yang tidak ingin sukses, tidak ada perusahaan yang ingin produknya jelek di pandangan masyarakat. Perusahaan baik milik pemerintah maupun milik swasta, pasti akan dituntut untuk beroperasi secara efektif dan efisien dalam segala bidang usaha. Perusahaan-perusahaan yang baru mulai bertumbuh dan yang bisa bertahan di pasar adalah perusahaan yang telah mampu mengetahui apa yang diinginkan pasar atau konsumen. Perusahaan yang bisa bertahan di dalam pasar adalah perusahaan yang memberikan kualitas terbaik dengan harga kompetitif. Dengan kualitas yang produk yang baik, perusahaan akan dengan sendirinya masuk ke dalam pangsa yang lebih besar dan akan lebih dikenal oleh banyak konsumen dari berbagai negara.

Perusahaan dituntut untuk memberikan yang terbaik dari apa yang mereka hasilkan, bahkan setiap perusahaan berlomba-lomba untuk berinovasi serta memperkenalkan produk terbaru mereka ke pasaran, tidak hanya berinovasi tetapi juga hasil produk yang kualitasnya terjaga. Untuk menciptakan kualitas produk yang baik tentunya memerlukan biaya yang besar. Menurut Gasperz (2005) biaya kualitas dapat dibagi menjadi empat jenis, yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal. Jika perusahaan ingin memiliki kualitas produk yang tinggi maka perusahaan akan berfokus kepada biaya kualitas (biaya pencegahan dan biaya penilaian) sebelum produk selesai diproduksi, sebab semakin besar biaya pencegahan dan biaya penilaian suatu produk maka semakin baik pula kualitas produk yang dihasilkan. Jika perusahaan tidak memperhatikan kualitas biaya sebelum produk selesai diproduksi, maka biaya yang akan dikeluarkan semakin besar sebab barang yang sudah selesai diproduksi akan menghabiskan biaya yang besar jika ingin diperbaiki, dan pilihan lain jika produk rusak tersebut tidak ingin diperbaiki maka produk harus dibuang agar tidak menambah biaya kegagalan eksternal.

Menurut Hansen dan Mowen (2005) biaya pencegahan dan penilaian meningkat berarti menunjukkan jumlah unit produk rusak menurun dan sebaliknya jika biaya pencegahan dan biaya penilaian menurun menunjukkan jumlah unit produk rusak meningkat. Pada sisi lainnya, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal naik jika jumlah unit produk rusak meningkat dan sebaliknya biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal turun jika jumlah unit produk rusak turun. Pernyataan ini menunjukkan bahwa produk yang rusak dipengaruhi oleh biaya pencegahan dan biaya penilaian, sedangkan biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal (konsumen) dipengaruhi oleh total unit produk yang rusak.

Menurut Feigenbaum (1992) kenaikan dalam biaya pencegahan mengakibatkan turunnya kerusakan, yang pada gilirannya mempunyai efek positif pada biaya penilaian karena turunnya kerusakan berarti menurunnya kebutuhan akan aktivitas-aktivitas pemeriksaan dan pengujian yang rutin. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa biaya pencegahan berpengaruh negatif terhadap produk rusak sedangkan biaya penilaian berpengaruh positif terhadap produk rusak. Dikarenakan biaya pencegahan dan biaya penilaian dikeluarkan sebelum terjadinya produk rusak sehingga dapat mempengaruhi besarnya jumlah produk yang diproduksi.

Menurut Hansen dan Mowen (2009) kualitas adalah derajat atau tingkat kesempurnaan, dalam hal ini kualitas merupakan ukuran relatif dari kebaikan. Secara operasional, produk atau jasa yang berkualitas adalah yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Untuk dapat memenuhi harapan pelanggan tersebut dapat melalui atribut atribut kualitas atau sering disebut dengan dimensi kualitas. Menurut Tjiptono dan Diana (2003) biaya kualitas adalah biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa biaya kualitas adalah biaya yang berhubungan dengan penciptaan, pengidentifikasian, perbaikan dan pencegahan kerusakan. Menurut Mulyadi (1993) produk rusak adalah produk yang tidak sesuai standar mutu yang telah ditetapkan secara ekonomis tidak dapat diperbaharui menjadi produk yang baik.

Agar dapat memenangkan kompetisi dari industri yang sejenis, pelaku bisnis memberikan perhatian penuh terhadap kualitas produknya. Perhatian pada kualitas memberikan dampak positif kepada bisnis melalui dua cara yaitu dampak terhadap biaya-biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan (Gaspersz, 2002). Kualitas produk yang baik akan memenangkan kepercayaan konsumen untuk terus mengkonsumsi produk yang dihasilkan, dan secara otomatis akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi memang memerlukan biaya yang besar, tetapi hal tersebut akan sepadan dengan kepercayaan pelanggan yang setia mengkonsumsi produk yang dihasilkan perusahaan.

PT. KS merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang manufaktur kopi. PT. KS sudah berdiri lebih dari lima puluh tahun yang bermula di Kota Makassar. Saat ini PT. KS sudah memiliki lima cabang di Indonesia dan tersebar di kota yang berbeda. PT. KS sejak dari awal berdirinya telah mengalami beberapa kali evolusi dalam menangani kualitas material. PT. KS membeli bahan baku (biji kopi) langsung dari petani tanpa mementingkan kualitas dari biji kopi tersebut, kemudian perusahaan mendapatkan masalah baru karena biji kopi yang mereka beli langsung itu memiliki kualitas yang bermacam-macam sehingga produk yang mereka hasilkan tersebut berkualitas jelek. Karena kualitas produk yang dihasilkan jelek, perusahaan mengubah sistemnya dengan hanya membeli biji kopi yang berkualitas baik saja.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marpaung (2016), mengatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya pencegahan dan biaya penilaian terhadap produk rusak, secara parsial terdapat pengaruh antara biaya pencegahan terhadap produk rusak, secara parsial tidak terdapat pengaruh antara biaya penilaian terhadap produk rusak. Menurut Sanita (2018) pengaruh biaya kualitas terhadap produk rusak pada PT. Bumi Sarana Beton menjelaskan bahwa ketika biaya kualitas mengalami peningkatan satu satuan, maka produk rusak juga akan mengalami peningkatan. Biaya pencegahan dan biaya penilaian berpengaruh terhadap produk rusak sedangkan biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal dipengaruhi oleh jumlah unit produk rusak.

Adanya perbedaan-perbedaan hasil dari penelitian terdahulu serta fenomena yang terjadi pada PT. KS, menarik peneliti untuk meneliti kembali guna mengetahui pengaruh biaya kualitas terhadap jumlah barang rusak dan tingkat penjualan pada perusahaan manufaktur PT. KS. Hal tersebut melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Tingkat Penjualan dengan Jumlah Barang Rusak sebagai Variabel *Intervening*”**.

1.2 Batasan Masalah

Masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah terkait pengaruh biaya kualitas terhadap jumlah barang rusak dan tingkat penjualan. Biaya kualitas terbagi menjadi empat kategori yaitu biaya penilaian, biaya pencegahan, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal. Dalam penelitian ini, peneliti hanya akan menggunakan dua kategori saja yaitu biaya penilaian dan biaya pencegahan karena faktor yang mempengaruhi produk rusak adalah biaya penilaian dan biaya pencegahan.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan permasalahan dari penelitian ini berjumlah tujuh, antara lain:

1. Apakah Biaya Pencegahan berpengaruh terhadap Jumlah Barang Rusak?
2. Apakah Biaya Pencegahan berpengaruh terhadap Tingkat Penjualan?
3. Apakah Biaya Penilaian berpengaruh terhadap Jumlah Barang Rusak?
4. Apakah Biaya Penilaian berpengaruh terhadap Tingkat Penjualan?
5. Apakah Jumlah Barang Rusak berpengaruh terhadap Tingkat Penjualan?
6. Apakah Biaya Pencegahan berpengaruh terhadap Tingkat Penjualan dengan Jumlah Barang Rusak sebagai variabel *intervening*?
7. Apakah Biaya Penilaian berpengaruh terhadap Tingkat Penjualan dengan Jumlah Barang Rusak sebagai variabel *intervening*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris mengenai hal-hal berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Biaya Pencegahan terhadap Jumlah Barang Rusak.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Biaya Pencegahan terhadap Tingkat Penjualan.
3. Mengetahui dan menganalisis Pengaruh Biaya Penilaian terhadap Jumlah Barang Rusak.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Biaya Penilaian terhadap Tingkat Penjualan.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Jumlah Barang Rusak terhadap Tingkat Penjualan.
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Biaya Pencegahan terhadap Tingkat Penjualan dengan Jumlah Barang Rusak sebagai variabel *intervening*.
7. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Biaya Penilaian terhadap Tingkat Penjualan dengan Jumlah Barang Rusak sebagai variabel *intervening*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan terkait biaya kualitas serta pengaruhnya terhadap jumlah barang rusak dan tingkat penjualan. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman untuk melakukan penelitian lebih lanjut serta untuk pengembangan teori-teori di bidang Akuntansi.

1.5.2 Manfaat Empiris

Hasil dari penelitian ini nantinya akan berguna bagi manajemen atau pimpinan perusahaan PT. KS dalam memberikan saran untuk mengatur biaya kualitas dalam memproduksi suatu produk dan diharapkan akan mampu

membantu para pimpinan dalam mengambil keputusan sehingga keputusan yang diambil tidak merugikan perusahaan PT. KS dikemudian hari.

1.6 Sistematika Penulisan

Guna mempermudah pemahaman mengenai keseluruhan isi penelitian, maka secara sistematis penelitian akan disusun secara garis besar seperti berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi landasan teori, antara lain: a) teori biaya kualitas, b) teori produk rusak, c) teori penjualan, d) teori tingkat penjualan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data dari hasil uji *SmartPLS*, serta pembahasan.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian, implikasi, dan rekomendasi.