

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi yang semakin berkembang dalam bisnis yang bebas ini banyak menimbulkan persaingan yang semakin ketat, untuk membantu perusahaan menjadi lebih kuat dan siap dalam menghadapi para pesaing, perusahaan perlu untuk memperkuat strategi bisnisnya, agar dapat menghasilkan produk yang memberikan nilai tambah bagi konsumen baik dari segi kualitas maupun manfaat. Riwayadi (2014:31) menyatakan dalam pandangan kualitas atau yang biasa disebut dengan *quality view* merupakan definisi dari kata sesuai adalah pas, yang dimaksud disini adalah produk dikatakan berkualitas jika sudah sesuai atau pas dengan apa yang sudah ditetapkan dari awal. Kualitas merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kepuasan konsumen dan dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan, itu semua merupakan kunci keberhasilan perusahaan agar dapat bersaing secara kompetitif. Suatu produk yang berkualitas tidak hanya merupakan produk yang dinilai dengan kinerja yang baik tetapi juga harus memenuhi kriteria dan kepuasan konsumen, ini merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan terutama dalam persaingan bisnis sekarang yang sangat ketat. Para pebisnis harus selalu mengerti apa yang diinginkan konsumen dan mengikuti perkembangan teknologi global dan kebutuhan konsumen agar dapat memprediksikan apa yang akan dibutuhkan konsumen dan diinginkan konsumen pada masa sekarang atau pada masa yang akan datang, dan berusaha untuk memenuhinya pada tingkat biaya yang paling rendah namun tetap memberikan kualitas yang tinggi dan menjaga konsistensi kualitas terbaiknya. Hal ini dapat dibuktikan bahwa peranan kualitas dalam dunia usaha perdagangan dan manufaktur sangatlah penting, karena perusahaan akan terus menekankan pada pencapaian laba dan dapat berkembang terus untuk memuaskan para konsumen. Penjaminan kualitas adalah komitmen penting pada PT Temprina Media Grafika terhadap para konsumennya.

Ada beberapa alasan yang mendasari bahwa suatu perusahaan manufaktur atau perdagangan harus memperhatikan kualitas produk. Dengan alasan pertama yaitu untuk menyesuaikan spesifikasi dari konsumen (*design quality*), sehingga perusahaan dituntut untuk menyesuaikan spesifikasi dari konsumen, dan juga perusahaan dituntut untuk melakukan pengoptimalan standar kinerja dan bahan baku maupun waktu untuk pengerjaan. Yang kedua yaitu, perusahaan dapat memperoleh keuntungan atau laba yang sesuai dari para konsumen karena memiliki tingkat tanggung jawab atas kualitas produk yang sesuai dengan spesifikasi yang diberikan konsumen. Dari kedua alasan tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu produk dikatakan memiliki kualitas jika fisik dan kinerja dalam desain produk tersebut sudah memenuhi spesifikasi dan standar yang ditetapkan perusahaan dan dapat memenuhi permintaan konsumen sehingga konsumen dapat puas menerima produk tersebut.

Kegiatan-kegiatan atau aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan terkait dengan meningkatkan kualitas produk, akan menimbulkan terjadinya biaya atau yang dikenal dengan biaya kualitas. Biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk dengan kualitas yang sesuai dengan ketentuan dari para konsumen. Untuk mendapatkan kualitas yang baik, pentingnya perusahaan untuk menerapkan biaya kualitas. Biaya kualitas adalah biaya yang muncul karena produk yang dihasilkan tidak memenuhi standar atau spesifikasi atau standar yang telah ditetapkan pada kesepakatan awal dengan konsumen, contoh produk tersebut gagal atau cacat pada saat produksi atau hingga sampai ke tangan pelanggan, yang akan terjadi ataupun yang sudah terjadi. Produk gagal atau cacat adalah produk yang tidak memenuhi spesifikasi atau standar kualitas dari perusahaan dan konsumen secara ekonomis tidak mungkin diperbaiki, jika diperbaiki pun pasti menimbulkan biaya perbaikan yang cukup banyak sehingga produk tidak memberikan laba atau menguntungkan bagi perusahaan (Riwayadi, 2014:299). Namun, biaya kualitas tetap ada jika perusahaan menggunakan paradigma lama. Paradigma lama menyatakan kualitas itu mahal karena harus mengeluarkan biaya yang tinggi. Jika perusahaan menganut paradigma baru maka kualitas tidak memerlukan biaya, dimana suatu produk yang berkualitas dapat

dilakukan dengan cara menghilangkan segala bentuk pemborosan produk cacat sehingga harus dibuang atau melakukan perbaikan jika tingkat kerusakannya tidak terlalu parah.

Dari banyaknya rintangan, salah satu masalah terbesar dalam pembuatan program kualitas yang baik sesuai dengan standar dan spesifikasi konsumen itu akan memerlukan biaya yang jauh lebih tinggi. Kualitas tidak memuaskan berarti pemanfaatan sumber dayanya yang juga tidak optimal, hal ini membuat terjadinya pembuangan bahan dan waktu yang sia-sia, dan membuat pengeluaran biaya yang tinggi. Dengan itu perusahaan harus menerapkan strategi pengendalian untuk meminimalisir terjadinya produk cacat atau gagal yang akan berdampak kerugian bagi perusahaan.

Maka dari itu akuntansi manajemen biaya kualitas dapat digunakan sebagai tolak ukur kinerja perusahaan dalam meminimalisir biaya yang akan dikeluarkan perusahaan. Hansen dan Mowen (2017:262) Biaya kualitas terdiri dari empat kategori yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal . Biasanya perlakuan perusahaan terhadap produk cacat yaitu dengan tetap menjual produknya tetapi harganya didiskon atau diberikan dengan harga yang rendah ,tapi itu semua tergantung keadaan produk apakah masih layak dijual atau tidak. Contoh baju, sepatu atau produk yang belum diberi simbol perusahaan (merek).

PT Temprina Media Grafika adalah perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang percetakan yang memproduksi cetak *packaging* yang masih sering melakukan kesalahan berupa produk cacat atau salah cetak dalam jumlah cukup besar yang akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan dan juga perusahaan belum menerapkan kegiatan biaya kualitas. Berkaitan dengan permasalahan tersebut, perusahaan tersebut sangat menyadari arti pentingnya kualitas produk yang dihasilkan sehingga perusahaan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan spesifikasi yang telah diberikan konsumen kepada pihak perusahaan dan juga mengendalikan agar tidak terjadinya komplain atau salah cetak. Dengan itu perusahaan menciptakan dan mempertahankan sebuah kualitas dengan standar yang baik agar dapat meningkatkan profit atau laba perusahaan dan dapat

mempertahankan pelanggan itu sendiri, dan mampu mempertahankan keunggulan dalam bersaing. Maka dari itu penulis akan membuat “Penerapan Biaya Kualitas pada PT Temprina Media Grafika Percetakan Packaging”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dengan menyusun laporan biaya kualitas dapat mengetahui besarnya tingkat kegagalan dalam suatu produk pada PT Temprina Media Grafika.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka permasalahan pokok penelitian ini adalah:

Bagaimana penyusunan laporan biaya kualitas di PT Temprina Media Grafika?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

Untuk menyusun laporan biaya kualitas di PT Temprina Media Grafika.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat-manfaat kepada pihak-pihak, antara lain:

#### **1. Manfaat akademik**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan terkait dengan pengaruh penerapan biaya kualitas.

#### **2. Manfaat Praktik**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan yang terkait dengan pengaruh penerapan biaya kualitas, sekaligus dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

### **1.5. Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk memperjelas masalah yang akan dibahas perlunya dibuat suatu batasan masalah. Ruang lingkup yang akan dibahas penulis disini mengenai penerapan biaya kualitas untuk pengendalian biaya dengan menyusun laporan biaya kualitas yang dapat dipergunakan dan mempermudah dalam mengambil keputusan di PT Temprina Media Grafika. Setelah menerapkan biaya kualitas laporan tersebut akan dijadikan solusi dari permasalahan.

### **1.6. Sistematika Penulisan Skripsi**

Skripsi terdiri dari 5 bab, yaitu

#### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan berupa fenomena yang akan diteliti berisi penjelasan mengenai fenomena yang terjadi yang akan diteliti dan konsep teoritis berisi penjelasan mengenai konsep-konsep teori dan kajian data sebelumnya.

#### **BAB 3: METODE PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan dengan pendekatan penelitian berisi penjelasan mengenai alasan pemilihan pendekatan tersebut, model pendekatan kualitatif yang dipilih. Dalam bab ini juga ditentukan setting atau situs penelitian, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, teknik *transferability*, *trustworthiness* dan *dependability*, analisis data.

#### **BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan gambaran umum setting atau situs penelitian, proses pencarian dan penemuan informan, hasil analisis data, pembahasan.

## BAB 5: PENUTUP

Pada bab ini hanya diberikan kesimpulan yang ditarik peneliti dari pembahasan masalah.