

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia industrial saat ini, perusahaan-perusahaan mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan kompetitif. Baik yang bergerak di bidang manufaktur, dagang maupun jasa dituntut untuk dapat bersaing secara sehat. Dengan perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Upaya yang harus dilakukan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain adalah menghasilkan produk dengan kualitas tinggi. Untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan, maka setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggannya serta meningkatkan kualitas produk yang diproduksinya tanpa mengurangi kuantitas produk. Dengan hasil produksi yang berkualitas, maka diharapkan pelanggan akan tertarik dan membeli hasil produksi yang ditawarkan perusahaan.

Sebuah perusahaan manufaktur dan perusahaan apapun dalam melakukan kegiatan operasional perusahaannya pasti menjadikan profit sebagai salah satu tujuan utama. Namun, dalam operasinya tidak mudah bagi sebuah perusahaan dalam menjaga kelangsungan hidupnya di era

yang sangat kompetitif saat ini. Apalagi dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mendapatkan produk terbaik dan berkualitas. Hal ini tentu membuat manajemen harus memutar otak untuk membuat konsumen tetap ada pada perhatian perusahaan. Untuk membuat dan mencapai produk yang berkualitas, perusahaan harus melakukan pengawasan dan peningkatan terhadap kualitas produknya, sehingga akan memperoleh hasil yang optimal.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Dalam dunia bisnis, kualitas dapat dikatakan sebagai alat yang sangat ampuh dalam usaha mempertahankan bisnis suatu perusahaan. Pada dasarnya, kualitas dapat berguna untuk memenangkan persaingan. Namun, dengan adanya kesamaan kualitas dalam beberapa perusahaan, maka perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan kepuasan pihak konsumen.

Hansen dan Mowen (2012: 266) menyatakan kualitas adalah derajat atau tingkat kesempurnaan. Dalam hal ini kualitas merupakan ukuran relatif dari kebaikan. Definisi tipikal dari kamus “kualitas adalah tingkat atau nilai keunggulan.” Dalam arti, kualitas merupakan tolak ukur relatif terhadap kebaikan. Secara operasional, produk dan jasa yang berkualitas yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Untuk memenuhi harapan konsumen tersebut dapat melalui atribut-atribut kualitas atau sering disebut dengan dimensi kualitas. Menurut Hansen dan Mowen

(2012: 267) dimensi kualitas terdiri dari. kinerja, estetika, Kemampuan memberikan jasa (*serviceability*), Bentuk, Kemampuan untuk diandalkan, Daya tahan, Kesesuaian, Kecocokan dengan kegunaan.

Peningkatan kualitas produk dapat menjadi kunci perjuangan hidup banyak perusahaan. Banyak yang percaya bahwa, meningkatnya kualitas dapat memperbaiki keuangan perusahaan dan posisi persaingan. Penekanan pada kualitas akan mengurangi terjadinya produk rusak mengakibatkan biaya-biaya yang terus menurun pada akhirnya meningkatkan profitabilitas. Biaya yang dikeluarkan untuk meningkatkan kualitas suatu produk disebut biaya kualitas.

Morse, Roth dan Pasting (2003: 966) dalam May Puguh Saputra 2007, mendefinisikan biaya kualitas adalah biaya-biaya yang timbul karena kualitas buruk yang mungkin ada dan memang ada. Biaya kualitas berhubungan dengan penciptaan, pengidentifikasian, perbaikan dan pencegahan kerusakan produk atau jasa. Biaya kualitas dibedakan menjadi beberapa golongan, yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya gagal internal dan biaya gagal eksternal.

Untuk mencegah kerusakan produk, golongan biaya kualitas yang digunakan adalah biaya penilaian dan biaya pencegahan karena biaya penilaian dan pencegahan dikeluarkan sebelum produk jadi. Sedangkan biaya yang dikeluarkan untuk memperbaiki produk rusak adalah biaya gagal eksternal dan biaya gagal internal. berarti biaya pencegahan dan biaya penilaian meningkat menunjukkan jumlah unit produk rusak

menurun dan sebaliknya jika biaya pencegahan dan biaya penilaian menurun menunjukkan jumlah unit produk rusak meningkat. Di lain pihak, 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. hal ini berarti biaya penilaian dan pencegahan mempengaruhi produk rusak sedangkan biaya kegagalan di pengaruhi oleh jumlah produk rusak, Juran Hunt dalam Nasution "*Manajemen Mutu*" (2005: 178).

Dengan demikian biaya kualitas dapat menjadi substansial dan sumber penghematan biaya yang signifikan, serta sebagai pengukuran keberhasilan perbaikan kualitas produk. Hal ini berkaitan dengan tujuan perusahaan dalam memantau dan meningkatkan perbaikan kualitas dalam peningkatan profit dan menjaga pangsa pasar. Jika suatu perusahaan ingin melakukan perbaikan atas produknya, perusahaan harus mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan pada empat golongan biaya dalam sistem pengendalian kualitas

Meubel Inal Basdiko merupakan usaha meubel yang terletak di kawasan yang strategis di kompleks perum asparaga, kota Gorontalo. Meubel inal basdiko terletak di area jalan rambutan. Perusahaan yang didirikan sejak tahun 2000 ini, dalam pertumbuhannya mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dibuktikan dengan memiliki beberapa cabang di daerah Gorontalo. Meubel ini bergerak di bidang industrial pembuatan peralatan rumah tangga seperti lemari, kursi, meja

rias, meja belajar, tempat tidur dan peralatan rumah tangga lainnya. Karena usaha sejenis ini mulai meluas di provinsi Gorontalo, pihak manajemen perusahaan diuntut untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan tidak mengurangi kualitas maupun kuantitas dari produk yang diproduksi.

Didalam pengoperasiannya, usaha ini diperhadapkan dengan penyimpangan yang terjadi yaitu dibagian produk selesai di produksi dan telah diserahkan kepada konsumen tetapi tidak memenuhi kepuasan konsumen hal ini disebabkan karena produk terdeteksi mengalami kualitas buruk saat produk telah diserahkan kepada konsumen. Sehingga menimbulkan keluhan konsumen akibatnya perusahaan memberi kebijakan pengurangan harga dan perbaikan atas produk yang mengalami kualitas buruk. Dengan terjadinya penyimpangan ini perusahaan mengeluarkan biaya untuk perbaikan dan mengurangi harga produk, biaya yang dikeluarkan di ambil dari anggaran produksi. Dalam pengeluaran biaya tersebut pihak manajemen perusahaan melakukan pembukuan tanpa melakukan penentuan terhadap biaya yang dikeluarkan. Jika hal ini terjadi terus-menerus, maka akan membawa dampak terhadap posisi keuangan perusahaan serta profit yang akan didapatkan. Untuk itu, perusahaan harus menghitung dan menentukan biaya gagal eksternal yang dikeluarkan, agar perusahaan dapat mengetahui posisi keuangan dan jumlah biaya gagal eksternal yang dikeluarkan serta dapat memperbaiki dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Dari hasil survei pada Meubel

Inal Basduki yang dilakukan oleh peneliti, jumlah biaya kegagalan eksternal yang di keluarkan pada tahun 2013 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Laporan Biaya Kualitas (biaya gagal eksternal 2013)

Bulan	biaya gagal eksternal
biaya pengerjaan kembali produk (Rp)	
Januari	219765,01
Februari	0
Maret	0
April	501392
Mei	500000
Juni	471082,00
Juli	576500,00
Agustus	0
September	0
Oktober	495300
November	448660
Desember	0

Sumber: Meubel Inal Basduki

Tabel 2. Data Penggunaan Bahan Dalam Perbaikan Produk

Meubel inal basduki 2013

Bulan	jenis produk	Nilai Target	Nilai Aktual
Januari	Lemari 2 pintu	7 meter	9.9 meter
	lemari 3 pintu	9 meter	12.5 meter
	meja kantor	12.5 meter	17 meter
	Tempat Tidur	5 meter	6.2 meter
	Meja Rias	4.5 meter	6.5 meter
April	Lemari 2 pintu	3.5 meter	4.8 meter
	kursi sekolah	15 meter	25 meter

	meja kantor	5 meter	6.2 meter
	meja belajar	5.1 meter	7.2 meter
Mei	tempat tidur	10 meter	13.2 meter
	Meja Rias	9 meter	10 meter
	Meja belajar	1.7 meter	2.2 meter
	Lemari 3 pintu	3 meter	4.2 meter
Juni	Meja makan	4 meter	5.2 meter
	Lemari 2 pintu	10.5 meter	11.9 meter
Juli	Meja kantor	12.5 meter	13.2 meter
	meja belajar	3.4 meter	6 meter
Oktober	lemari 3 pintu	6 meter	7.2 meter
	meja kantor	12.5 meter	14.2 meter
November	Lemari 2 pintu	7 meter	8.2 meter
	Meja Rias	9 meter	11.6 meter

Sumber: Meubel Inal Basduki

Pelanggan yang mendapatkan perbaikan atas produk rusak yang di kirim di kategorikan dan di bukukan pada setiap kali transaksi. Walaupun sudah membuat pembukuan tersendiri mengenai jumlah pengurangan harga dan biaya perbaikan, laporan tersebut belum dapat dievaluasi untuk kepentingan manajemen perusahaan. Dikarenakan perusahaan belum mempunyai laporan biaya kualitas yang disajikan secara tersendiri.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk menyusun makalah dengan judul “**Analisis penentuan biaya kegagalan eksternal terhadap pencapaian kualitas produk di Meubel Inal Basduki**”

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian yang di kemukakan pada latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi masalah yang terdapat pada meubel inal basduki yaitu tidak terdapat perhitungan penentuan biaya gagal eksternal yang dikeluarkan perusahaan dalam melakukan perbaikan dan pengurangan harga untuk produk rusak.

1.3 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis penentuan biaya gagal eksternal yang dikeluarkan untuk perbaikan dan pengurangan harga produk rusak.

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penentuan biaya gagal eksternal yang dikeluarkan untuk perbaikan dan pengurangan harga yang dikeluarkan untuk produk rusak pada usaha MEUBEL INAL BASDUKI telah efektif dan akurat atau tidak.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teori

Memberikan sumbangsi bagi ilmu akuntansi khususnya pada bidang akuntansi biaya yang membahas tentang biaya kualitas yang menuju pada biaya kegagalan eksternal

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan, memberikan kontribusi pemikiran strategis bagi perusahaan sesuai dengan kondisi bisnis perusahaan.
2. Bagi pembaca, merupakan tambahan informasi dan referensi yang berguna bagi pembaca apabila memanfaatkan tulisan ini.

1.6 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian yaitu pada UD INAL MEUBEL BASDUKI jalan rambutan No.626 kompleks perum asparaga. kab Gorontalo. Dan waktu penelitian dilakukan pada bulan September 2013.

1.7 Sumber Data

Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer, yaitu dengan mewawancarai langsung pimpinan Meubel Inal Basduki untuk memperoleh informasi dan data perusahaan yang dibutuhkan.

2. Data sekunder, yaitu data-data yang diperoleh dari Meubel Inal Basduki berupa data tertulis seperti laporan jumlah produksi, data biaya kegagalan eksternal.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh langsung dari meubel inal basduki yang menggambarkan keadaan perusahaan tersebut, Sumber data berasal dari:

1. Observasi.

Yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung suatu objek yang akan diteliti dalam waktu singkat dan bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai objek penelitian.

2. Wawancara.

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemimpin untuk mendapatkan data berupa keterangan-keterangan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3. Studi Pustaka

Yaitu teknik pengumpulan data berupa dokumen tertulis seperti data jumlah produksi dan data biaya gagal eksternal serta dengan menjadikan buku-buku yang berkaitan dengan masalah tersebut.

1.9 Analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif deskriptif yakni menganalisis data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Rumus menghitung biaya gagal eksternal sebagai bagian dari biaya kualitas menggunakan metode adalah sebagai berikut (Hansen dan Mowen 2012: 268).

1. Fungsi rugi mutu Taguchi

Mengasumsikan bahwa setiap variasi nilai target dari karakteristik kualitas akan menimbulkan biaya kualitas yang tersembunyi. Selanjutnya, biaya kualitas tersembunyi meningkat secara kuadrat pada saat nilai aktual menyimpang dari nilai target.

$$L(y) = k(y - T)^2$$

Di mana:

k =konstanta propornalitas yang besarnya tergantung pada struktur biaya produk gagal eksternal organisasi

y =nilai aktual dari karakteristik kualitas

T =nilai target dari karakteristik kualitas

L =rugi kualitas

