

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan bisnis di bidang jasa pada saat ini terus mengalami peningkatan terutama bisnis perhotelan berskala menengah dan hotel minimalis yang tumbuh pesat di Tanah Air. Meningkatnya perkembangan bisnis ini diindikasikan karena adanya kebutuhan seseorang yang menggunakan jasa penginapan dengan tujuan untuk beristirahat sejenak ketika melakukan perjalanan jauh atau sedang berlibur. Hal ini didukung dengan sumber data dari Kompas yang menunjukkan, tahun 2015 hotel di Indonesia berjumlah 28.652 kamar dalam 159 hotel. Jumlah ini menempatkan Indonesia sebagai negara kedua terbanyak di Asia dalam pengembangan hotel(Kompas.com).

Perkembangan pesat dalam bisnis perhotelan saat ini telah menarik minat para pengusaha untuk ikut serta terjun ke bisnis ini, sehingga menimbulkan semakin tajamnya persaingan yang ada. Supaya dapat bersaing dengan baik diantara hotel-hotel yang semakin banyak jumlahnya maka suatu hotel harus dapat meningkatkan tingkat pelayanan untuk mendapatkan laba yang maksimal.(Mathius,Fentri,Verani 2010).

Perusahaan yang menghasilkan produk barang ataupun jasa dituntut untuk senantiasa meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan guna memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas setiap perusahaan, menjadikan kepuasan pelanggan

sebagai fokus perusahaan merupakan salah satu bentuk pemahaman kebutuhan dalam kondisi perekonomian global sekarang ini.

Untuk mencapai tingkat pelayanan, suatu hotel harus melaksanakan semua aktivitas dari setiap unit jasa hotel tersebut. Salah satu cara untuk membedakan sebuah hotel dengan hotel lainnya adalah mengetengahkan jasa yang berkualitas tinggi daripada para pesaingnya. Kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan pelanggan. Konsumen memilih para penyedia jasa atas dasar kualitas jasa yang ditawarkan dan setelah menerima jasa, mereka membandingkan dengan apa yang dikehendaki. Jika kenyataan yang dirasakan berada di bawah yang diharapkan, konsumen akan kehilangan kepercayaan kepada penyedia jasa. Jika kenyataan yang dirasakan sesuai dengan mutu yang dikehendaki, mereka akan terus menggunakan jasa tersebut (Mathiuse *et al*, 2010).

Menurut Mulyadi (2010) biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Lanjut menurut Daljono (2011) biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan atau manfaat pada saat ini atau masa yang akan datang.

Kualitas telah menjadi suatu ukuran yang sangat penting dalam menghadapi persaingan. Banyak perusahaan yang berlomba untuk

menjual produk dengan kualitas yang tinggi pada tingkat harga yang rendah. Konsekuensinya, banyak perusahaan yang tidak siap menghadapi pergeseran persaingan ini kehilangan pangsa pasarnya. Memperbaiki kualitas secara terus-menerus merupakan sesuatu yang penting dalam membangun masa depan bisnis yang berkelanjutan. Namun demikian, kualitas bukanlah hal yang gratis, sehingga implementasi program peningkatan kualitas perlu dimonitor dan dilaporkan. Perusahaan perlu menerapkan upaya peningkatan kualitas secara berkesinambungan dengan tetap memperhatikan pengendalian atas biaya yang ditimbulkannya melalui pengukuran biaya kualitas (Sandag, Tinangon, Walandouw, 2014)

Arliany (2015) menyatakan dalam penelitiannya mengenai biaya kualitas, bahwa kunci untuk meningkatkan daya saing adalah dengan menciptakan produk yang dapat memberikan nilai tambah, baik dari segi manfaat maupun kualitas sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Meningkatnya kualitas produk atau jasa maka dapat meningkatkan kepuasan dan selanjutnya akan meningkatkan pangsa pasar. Peningkatan pangsa pasar akan berimplikasi pada peningkatan pendapatan.

Perusahaan perlu menerapkan upaya peningkatan kualitas secara berkesinambungan dengan tetap memperhatikan pengendalian atas biaya yang ditimbulkannya melalui peningkatan biaya kualitas. Pengukuran kualitas melalui biaya kualitas dapat ditentukan oleh gambaran visual dari

bentuk fisik produk saja, tetapi bisa juga dilihat dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk yang berkualitas tersebut. Dan tentu pengukuran melalui biaya (berupa ukuran finansial) akan lebih efektif dan efisien dalam melakukan pengendalian, perencanaan dan pengambilan keputusan.

Membahas mengenai pengukuran terhadap kualitas, tidak akan terlepas dengan aspek kuantitatif yang melekat padanya, yaitu mengenai biaya kualitas (*cost of quality*). Biaya kualitas ini merupakan salah satu cara menerjemahkan bahasa kualitas ke dalam bahasa yang dapat dikuantifikasikan sehingga memudahkan dalam pengukurannya. Biaya kualitas merupakan indikator finansial kinerja kualitas perusahaan. Beberapa perusahaan kelas dunia menggunakan ukuran biaya kualitas sebagai indikator keberhasilan program kualitas yang dapat dihubungkan dengan keuntungan perusahaan, nilai penjualan, harga pokok penjualan dan total biaya produksi (Mathiuset *al.* 2010).

Biaya kualitas dapat diartikan sebagai pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas suatu produk. Biaya kualitas yang terjadi dalam suatu perusahaan dapat digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana fungsi sistem pengendalian kualitas yang diterapkan oleh perusahaan. Semakin rendahnya biaya kualitas menunjukkan semakin baiknya program perbaikan kualitas yang dijalankan oleh perusahaan. Dan tentunya semakin baik kualitas yang dihasilkan secara tidak langsung dapat

meningkatkan pangsa pasar dan nilai penjualan. Meningkatnya nilai penjualan dapat meningkatkan pangsa pasar dan nilai penjualan. Meningkatnya nilai penjualan dengan semakin menurunnya biaya yang dikeluarkan maka tentu akan meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan . Biaya kualitas terdiri dari biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal (Sari, 2013).

Profitabilitas bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba periode tertentu, juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasi perusahaannya (Agnes, 2001). Perusahaan yang menjadikan kualitas sebagai alat strategi sehingga mempunyai keunggulan untuk dapat bersaing dalam menguasai pasar, karena tidak setiap hotel mampu menciptakan kualitas terbaik. Oleh karena itu setiap perusahaan diharapkan dapat memperhatikan anggaran biaya kualitas setiap tahunnya agar pelayanan yang diberikan kepada setiap pihak semakin berkualitas pula (Agnes, 2001).

Pada saat ini masing-masing perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perhotelan berlomba menciptakan inovasi untuk menarik minat pengunjung. Persaingan saat ini tidak hanya melalui harga murah dan kualitas layanan karena setiap hotel terus mengembangkan program pelatihan yang dimiliki untuk memberikan kualitas layanan terbaik kepada para tamu. Di tengah maraknya bisnis hotel di Indonesia tepatnya di provinsi Gorontalo yang menawarkan beragam fasilitas dan kualitas,

Maqna Hotel Gorontalo hadir untuk melayani kebutuhan konsumen dengan pelayanan ekstra yang melebihi kompetitor hotel yang sejenis.

Secara khusus Maqna Hotel Gorontalo menunjukkan tingkat hunian kamar hotel berbintang lebih tinggi dibandingkan hotel lain. Tingkat hunian kamar Maqna Hotel Gorontalo selama 3 (tiga) tahun terakhir dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 1**  
**Tingkat Hunian Maqna Hotel Gorontalo**

<b>Tahun</b>	<b>Tingkat Hunian</b>
2015	32.601
2016	39.202
2017	38.948

Sumber : Maqna Hotel Gorontalo (2018).

Maqna Hotel Gorontalo merupakan salah satu property Prasanthi Hotels and Resorts. Prasanthi Hotels dan Resorts merupakan jaringan operator hotel lokal yang mengangkat potensi budaya Indonesia. Maqna hotel merupakan satu-satunya hotel bintang empat yang ada di Gorontalo. Hotel ini terletak di area Gorontalo Mall. Hotel ini telah mulai beroperasi (*preopening*) sejak bulan February 2012. Pada tanggal 15 November 2012.

Pentingnya biaya kualitas ini juga sejalan dengan hasil penelitian Gantiano dan Erwin (2011) yang menyatakan bahwa ketiga variabel

seperti biaya pencegahan, biaya penilaian, dan biaya kegagalan berpengaruh positif terhadap penjualan. Hal ini berarti setiap terjadi kenaikan biaya kualitas akan mengakibatkan kenaikan pula terhadap penjualan. Demikian pula hasil penelitian yang dilakukan oleh Maidin, Sudirman dan Yos Immanuel (2010). Hasil penelitian menunjukkan biaya kualitas memiliki hubungan yang signifikan terhadap profitabilitas secara simultan. Secara parsial, biaya pencegahan dan penilaian memiliki hubungan yang signifikan untuk meningkatkan profitabilitas, dan biaya kegagalan eksternal memiliki hubungan yang signifikan untuk menurunkan profitabilitas. Sementara itu dalam penelitian Tandiontong, Sitanggang dan Carolina (2010) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan dari pertimbangan-pertimbangan di atas bahwa biaya kualitas sebagai ukuran kuantitatif yang dipergunakan untuk mengukur kualitas dan pengaruhnya terhadap profitabilitas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH BIAYA KUALITAS TERHADAP PROFITABILITAS MAQNA HOTEL GORONTALO”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah biaya pencegahan berpengaruh terhadap profitabilitas Maqna Hotel Gorontalo.
2. Apakah biaya penilaian berpengaruh terhadap profitabilitas Maqna Hotel Gorontalo.

3. Apakah biaya kegagalan internal berpengaruh terhadap profitabilitas Maqna Hotel Gorontalo.
4. Apakah biaya kegagalan eksternal berpengaruh terhadap profitabilitas Maqna Hotel Gorontalo.
5. Apakah biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh terhadap profitabilitas Maqna Hotel Gorontalo.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya pencegahan terhadap profitabilitas pada Maqna Hotel Gorontalo.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya penilaian terhadap profitabilitas pada Maqna Hotel Gorontalo.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya kegagalan internal terhadap profitabilitas pada hotel Maqna Hotel Gorontalo.
4. Untuk mengetahui pengaruh biaya kegagalan eksternal terhadap profitabilitas pada Maqna Hotel Gorontalo.
5. Untuk mengetahui pengaruh biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal pada terhadap profitabilitas pada Maqna Hotel Gorontalo.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian mengenai biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan pada perusahaan ini diharapkan berguna untuk pihak, diantaranya sebagai berikut:

## **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dibidang akuntansi khususnya akuntansi biaya dan akuntansi keuangan. Di samping itu diharapkan pula dapat menjadi referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

## **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi masukan untuk pimpinan Maqna Hotel Gorontalo terkait dengan pengaruh biaya kualitas untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.