

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lingkungan bisnis saat ini sangat kompetitif, sebuah organisasi harus bisa mengelola biaya dengan baik, terutama pada proses pengembangan produk baru, supaya dapat bertahan dalam persaingan global. Kemampuan untuk mengembangkan produk baru, menjadi pertimbangan penting dalam lingkungan organisasi yang berubah dengan cepat di masa sekarang, hal ini bisa difasilitasi oleh informasi biaya. Informasi biaya berperan penting dalam pengembangan produk baru. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan pengaruh biaya terhadap performa produk yang dihasilkan oleh desainer (Jatiningsih, 2021).

Proses pengembangan produk baru yang berkualitas biasanya menggabungkan ide-ide menjadi produk yang lebih matang. Semua aktivitas diperlukan untuk menyelesaikan desain produk baru dari ide hingga hasil produk baru tersebut, yang ditandai dengan pengambilan keputusan yang tepat waktu, dimana peran manajemen yang harus memutuskan masa depan hasil produk baru tersebut (Feeney & Pierce, 2018).

Mengembangkan produk baru tidak terlepas dari pengaruh berbagai faktor baik eksternal maupun internal misalnya, tekanan pekerjaan, tuntutan lingkungan, dan aspek lainnya. Hal ini dapat mempengaruhi pemrosesan informasi maupun pengambilan keputusan seorang individu. Riset terdahulu

terdapat faktor psikologis yang terkonfirmasi mempengaruhi judgment dan keputusan, misalnya *ego depletion* di konteks audit (Mursita et al., 2019).

Menurut Hurley (2019) *Ego depletion* cenderung membuat individu menjadi lebih pasif, sehingga berpengaruh pada kinerja tugas individu yang dapat menghambat kualitas pengambilan keputusan karena mengalami penurunan kinerja. *Ego depletion* dapat berpotensi pada individu yang mengembangkan produk baru.

Ego depletion merupakan pengendalian yang berasal dari diri sendiri contohnya seperti mengendalikan lingkungan dan diri sendiri, membuat pilihan, dan memulai suatu tindakan. Dalam mengelola pengendalian diri akan rentan terhadap penipisan khususnya dalam tuntutan pekerjaan yang terlalu banyak. Karena dapat mengkonsumsi sumber daya dan energi yang cukup banyak sehingga dapat menimbulkan stressor (Mursita et al., 2019).

Penghalang stress dapat menghambat dalam mengembangkan sebuah inovasi perkembangan produk baru. keberhasilan dalam mengembangkan produk baru dipengaruhi oleh sejauh mana target kinerjanya. Target ini mencakup target pasar, profitabilitas, penjualan, dan informasi biaya dimana informasi biaya mempunyai peran penting dalam pengembangan produk baru (Darawong, 2021).

Menurut Jatiningsih (2021) Informasi biaya mampu memfasilitasi dalam mengembangkan produk baru. Informasi biaya dapat dikategorikan menjadi dua tipe yaitu tipe informasi biaya spesifik dan relatif, yang dapat digunakan dalam pengembangan produk baru dengan melihat perbandingan manakah

yang lebih tepat, sehingga menghasilkan produk yang lebih bagus dan dapat menguntungkan (Booker et al., 2007).

Informasi biaya mempunyai kelebihan yaitu bermanfaat bagi organisasi dalam menghemat biaya produksi. Akan Tetapi, kelemahan informasi biaya dapat merugikan jika hanya melihat dari pertimbangan biaya dan tidak melihat dari aspek lain. Oleh sebab itu, perlu adanya hubungan antara informasi biaya dan strategi serta teknologi, mengingat tantangan persaingan pasar global yang sangat ketat (Jatiningsih, 2021).

Cara menghadapi tantangan tersebut perlu adanya strategi inovasi desain produk dan sistem produksi yang lebih modern. Melalui pengambilan keputusan informasi yang mencakup adanya informasi yang relevan dan penting, untuk mengeksplorasi di dalam pengembangan produk baru, supaya keputusan yang diambil dapat optimal, karena pengambilan keputusan adalah salah satu strategi dalam mengembangkan produk baru. Seperti dalam Surat Al-Baqarah ayat 213:

كَانَ النَّاسُ أُمَّةً وَاحِدَةً ۗ فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّينَ مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ ۗ وَأَنْزَلَ مَعَهُمُ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِيُحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ فِي مَا اِخْتَلَفُوا فِيهِ ۗ وَمَا اِخْتَلَفَ فِيهِ إِلَّا الَّذِينَ أُوتُوهُ مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَتْهُمْ الْبَيِّنَاتُ بَعِيَاءَ ۗ بَيْنَهُمْ ۗ فَهَدَى اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا لِمَا اِخْتَلَفُوا فِيهِ مِنَ الْحَقِّ بِإِذْنِهِ ۗ وَاللَّهُ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Artinya:

Manusia itu (dahulunya) satu umat. Lalu Allah mengutus para nabi (untuk) menyampaikan kabar gembira dan peringatan. Dan diturunkan-Nya Bersama mereka Kitab yang mengandung kebenaran, untuk memberi keputusan diantara manusia tentang perkara yang mereka perselisihkan. Dan yang berselisih hanyalah orang-orang yang telah diberi (Kitab), setelah bukti-bukti yang nyata sampai kepada mereka, karena kedengkian di antara mereka sendiri. Maka

kebenaran yang mereka perselisihkan. Allah memberi petunjuk kepada siapa yang dia kehendaki ke jalan yang lurus.

Perlu dasar informasi dan pengambilan keputusan yang tepat waktu. Hal ini meliputi kualitas informasi yang tersedia dan waktu yang dibutuhkan untuk membuat keputusan. Hal ini dapat menjadi faktor penting dalam kinerja pengembangan produk baru. (Rahatulain et al., 2021).

Kualitas pengambilan keputusan dapat dilihat dari kinerja seorang individu. Pada penelitian Mursita et al (2019) mengungkapkan bahwa menurunnya kinerja serta pengambilan keputusan individu berpotensi mengalami *ego depletion* misalnya di konteks audit *ego depletion* menurunkan kualitas pengambilan keputusan serta kualitas kinerja seorang auditor. *Ego depletion* mungkin saja dapat menurunkan kualitas pengambilan keputusan dan kinerja seorang desainer dalam mengembangkan produk baru.

Persaingan saat ini sangat ketat, sehingga organisasi perlu melakukan pengembangan produk yang tepat. Bukan tidak mungkin suatu organisasi dapat bertahan jika kurang kreatif dalam upaya pengembangannya. Adanya *ego depletion* dapat menghambat dalam mengembangkan sebuah inovasi perkembangan produk baru serta menghambat informasi biaya. Agar organisasi dapat bertahan, maka harus melakukan pengembangan produk yang baik dan membuat presisi akan informasi biaya organisasi agar kinerja setiap individu menjadi lebih efektif.

Terdapat faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pengembangan produk baru, pertama yaitu pengambilan keputusan yang baik Rahatulain et al (2021) dalam pengambilan keputusan terdapat informasi berupa informasi

biaya yang dapat memfasilitasi pengembangan produk baru, disamping itu adanya potensi pengaruh dari *ego depletion* yang dapat menurunkan kualitas pengambilan keputusan serta kinerja seorang individu di subkonteks audit Mursita et al (2019). Sementara itu ego depletion belum diuji dalam pengembangan produk baru sehingga dalam penelitian ini peneliti tertarik menguji tipe informasi biaya dan peran ego depletion dalam pengembangan produk baru.

B. Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

- 1 Apakah tipe informasi biaya mempengaruhi kinerja pengembangan produk baru?
- 2 Apakah *ego depletion* dapat mempengaruhi kinerja pengembangan produk baru?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu peneliti ingin menguji pengaruh informasi biaya dan peran *ego depletion* dalam mengembangkan produk baru.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber ataupun acuan dan kontribusi teori serta untuk literatur akuntansi manajemen khususnya dalam mengembangkan produk baru dan peran informasi biaya

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi organisasi sebagai bahan informasi tentang pengaruh informasi biaya dan peran ego depletion terhadap kinerja pengembangan produk baru