

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pergeseran peran akuntansi manajemen yang disertai dengan perkembangan teknologi terutama di masa era digitalisasi seperti sekarang ini menyebabkan banyak persaingan antar pelaku usaha. Terjadinya persaingan bisnis ini tentu harus disikapi dengan cerdas yaitu, dengan memanfaatkan potensi penawaran produk baru yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Dalam mencapai hal tersebut tentu diperlukan namanya inovasi yang menjembatani antara produk yang dikembangkan dengan kebutuhan konsumen saat ini. Namun, apabila dilihat dari inovasi-inovasi yang dikembangkan dari keluaran produk baru tentu tidak cukup untuk menjawab persoalan diatas. Pengembangan produk baru memiliki banyak faktor yang harus dipertimbangkan baik dari penetapan strategi yang harus dilakukan hingga kesesuaian produk yang dihasilkan dengan kebutuhan konsumen.

Mengingat semakin tingginya tuntutan kebutuhan konsumen serta perubahan selera konsumen, terutama terhadap produk yang memiliki desain produk yang baik dan memberikan nilai bagi konsumen. Hal ini mendorong para produsen dan pemasar bersaing untuk menghadirkan nilai lebih pada produknya. Dari nilai lebih tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual sehingga konsumen cenderung untuk melakukan repeat order (Handayani, 2020).

Dari fenomena diatas dalam proses pengembangan produk baru ini desain produk yang dihasilkan harus memenuhi kriteria yang dibutuhkan konsumen serta berapa biaya yang diperlukan. Pemenuhan kriteria produk baru membutuhkan informasi biaya sebagai kunci utamanya. Dari inovasi hingga jenis informasi biaya yang diperlukan dalam prosesnya, pengembangan produk baru juga memerlukan efektivitas biaya desain produk sebagai arah penentu dalam menentukan biaya yang diperlukan agar tidak terjadi keborosan dalam prosesnya.

Hasil penelitian Booker *et al.* (2007) menunjukkan bahwa dalam jenis informasi biaya yang diberikan kepada desainer mempengaruhi fokus desain produk. Dengan penyediaan informasi biaya spesifik cenderung menghasilkan desain produk yang lebih hemat biaya karena dengan adanya informasi spesifik, desainer dapat mengetahui prioritas biaya produk mana yang memberikan efek pada kinerja proses pengembangan produk baru. Selain penelitian Booker terdapat hasil penelitian Jatiningsih *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa efektivitas biaya dapat dicapai tergantung pada tipe informasi yang diberikan. Desain produk yang diberikan informasi spesifik tingkat efektivitas biaya nya lebih tinggi dibandingkan jika difasilitasi dengan informasi relatif. Pengaruh perbedaan informasi yang diberikan akan berdampak pada efektivitas biaya desain produk dalam proses pengembangan produk baru. Hal ini sejalan dengan penelitian Jatiningsih (2021) yang menyimpulkan bahwa jenis informasi biaya dalam proses pengembangan produk baru memiliki variasi presisi yang mempengaruhi efektivitas biaya

desain produk baru secara berbeda. Hasil penelitian jatiningsih juga memberikan implikasi yang penting mengenai efektivitas biaya desain produk baru meningkat ketika desainer difasilitasi dengan informasi biaya spesifik dibandingkan informasi biaya relatif.

Pembahasan mengenai pentingnya informasi sebagai dasar dalam mengambil keputusan mengenai informasi biaya telah dijelaskan di Al-Qur'an Surah Al - Hujurat Ayat 6 yang berbunyi:

**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ  
فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ( الحجرات: ٦ )**

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu". {Q.S Al - Hujurat : 6}

Ayat ini memberikan pedoman kepada orang-orang mukmin supaya berhati-hati dalam menerima sebuah berita atau informasi yang asalnya belum jelas atau terutama yang berasal dari orang yang fasik (pendusta) (M. Daud Abdul Kadir dan Vahlepi, 2021). Sehingga sebelum mempercayai suatu informasi khususnya informasi penting terutama informasi yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan terkait biaya desain produk. Seorang desainer harus cermat dan teliti dalam mempercayai suatu berita, dengan cara desainer harus menyelidiki kebenaran dari berita tersebut dan tidak tergesa-

gesa dalam menanggapi berita tersebut. Karena ditakutkan akan membawa penyesalan belaka.

Sikap cermat dan penuh ketelitian diatas disebut dengan tabayyun. Menurut Amril (2018) sikap tabayyun itu sendiri sikap yang harus dilakukan agar kita tidak terprovokasi oleh berita fitnah, maka perlu diperhatikan bahwa tidak semua berita yang kita dengar maupun baca harus disikapi dengan tergesa-gesa akan tetapi diperlukannya sikap tabayyun dalam menelusuri fakta dari informasi yang kita baca maupun dengar serta mempertimbangkan berbagai sudut pandang maupun opini sebelum mengambil keputusan yang tepat mengenai berita tersebut.

Dari penjelasan diatas diketahui bahwa jenis informasi yang diperoleh desainer memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan selama proses pengembangan produk baru. Akan tetapi, faktor yang mempengaruhi efektivitas biaya desain produk bukan hanya dari faktor informasi biaya saja namun terdapat faktor lainnya. Salah satunya adalah Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) yang berfungsi sebagai pusat kontrol desainer dalam proses pengembangan produk baru. Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) pada dasarnya bertujuan untuk memberikan informasi terkait sistem perencanaan, pelaporan, prosedur pemantauan oleh desainer sebagai kontrol atau pengendalian selama proses pengembangan produk baru agar terkendali dengan baik. Menurut hasil penelitian dari Talab *et al.* (2018) dengan mengaplikasikan Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) menunjukkan bahwa sistem ini relevan dalam pengembangan produk baru guna mendapatkan

informasi biaya yang diperlukan sehingga mengurangi indikasi ketidakpastian informasi yang dibutuhkan desainer untuk pengambilan keputusan. Namun, dalam penggunaan Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) terdapat 2 jenis (diagnostik dan interaktif) yang masing-masing jenis Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) berbeda satu dengan yang lainnya. Menurut Ismail *et al.* (2017), perbedaan antara sistem pengendalian manajemen diagnostik dan interaktif bukan hanya terletak pada fitur desain teknis, namun ada pada cara manajer mengadopsi sistem pengendalian tersebut.

Menurut Chairunisa (2019), penggunaan sistem pengendalian diagnostik memiliki dua ciri khas yaitu: i) kontrol strategis dan operasional yang ketat, ii) saluran komunikasi yang sangat terstruktur dan terbatas. Penggunaan sistem kontrol diagnostik menciptakan batasan dan memastikan kepatuhan terhadapnya. Umumnya penggunaan sistem pengendalian diagnostik cenderung bersifat negatif, karena berfokus dalam mengoreksi penyimpangan dari standar kinerja yang telah ditetapkan serta membatasi inovasi dan pengambilan risiko.

Sedangkan untuk penggunaan sistem pengendalian interaktif memiliki dua ciri khas antara lain: (i) pengendalian longgar dan informal yang menerapkan standar kerja sama dan komunikasi serta fokus penyelesaian tugas, (ii) membuka saluran komunikasi dan arus bebas informasi di seluruh organisasi (Ismail dan Bangun, 2017). Tidak seperti sistem pengendalian diagnostik, sistem pengendalian interaktif lebih cenderung positif karena berfungsi untuk memperluas pencarian peluang dan pembelajaran di seluruh organisasi. Selain

itu, sistem ini juga mempromosikan orientasi pasar, kewirausahaan, dan pengembangan kreativitas. Dengan menghubungkan hasil penelitian (Booker *et al.* 2007; Jatiningsih dan Sholihin 2015; Henri 2006) keterkaitan antara informasi biaya dan Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) memiliki pengaruh yang cukup besar dalam memastikan efektivitas biaya desain produk dalam pengembangan produk baru. Peran informasi biaya disini sebagai dasar dalam merencanakan proses pelaksanaan dalam Sistem Pengendalian Manajemen (SPM). Setelah desainer difasilitasi dengan informasi biaya yang sesuai, disinilah peran desainer sebagai pelaku utama untuk berfikir bagaimana cara mengembangkan produk baru yang hemat biaya (*cost effective*) namun sesuai dengan kebutuhan konsumen di pangsa pasar.

Berdasarkan dari hasil riset-riset terdahulu telah dikonfirmasi bahwa masih belum ada penelitian yang menguji secara langsung pengaruh sistem pengendalian manajemen terhadap efektivitas biaya desain produk pada pengembangan produk baru. Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) berperan penting dalam menghasilkan desain produk yang hemat biaya atau biaya yang digunakan tidak melebihi anggaran perencanaan yang sudah disusun di awal. Sehingga sistem pengendalian manajemen (SPM) akan diperlukan sebagai pusat kontrol untuk menjaga guna membantu pengoordinasian dan pemrosesan informasi dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas kinerja organisasi secara terus-menerus dan mencegah pemborosan biaya, sehingga biaya yang dikeluarkan efektif sesuai dengan ekspektasi di awal (Mahsina dan Poniewatie, 2021). Berdasarkan pernyataan di atas, penelitian ini akan mengembangkan

penelitian sebelumnya yaitu Jatningsih (2021) yang menegaskan pengaruh jenis informasi biaya dan strategi pengujian eksperimental terhadap efektivitas pengembangan produk baru.

Penelitian ini menggunakan menggunakan simulasi pengembangan produk baru dengan metode eksperimen. Tujuan menggunakan metode eksperimen untuk melihat hubungan kausalitas atau sebab-akibat antara variabel dependen dan variabel independen. Penggunaan metode eksperimen ini dipilih oleh peneliti dikarenakan apabila menggunakan metode survei, metode tersebut hanya menanyakan berupa butir-butir pertanyaan pada responden. Namun tidak dapat memastikan keabsahan bahwa terdapat perbedaan antara partisipan yang diberikan informasi biaya spesifik dan informasi biaya relatif. Maka metode yang tepat dalam menguji hubungan antara variabel dependen (efektivitas biaya desain produk) dan variabel independen (informasi biaya dan sistem pengendalian manajemen) adalah metode eksperimen. Dari hasil eksperimen ini diharapkan dapat memberikan pemahaman terkait pengaruh pemberian informasi spesifik maupun informasi relatif, begitu juga dengan penggunaan sistem pengendalian manajemen diagnostik maupun interaktif terhadap biaya desain produk baru.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik bukan hanya untuk menguji informasi biaya saja namun, juga akan menguji pengaruh Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) dan biaya desain produk pada pengembangan produk baru sebagai subjek penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh Cost**

## ***Information dan Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Cost Effective Product Design Pada Pengembangan Produk Baru”***

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *cost information* berpengaruh terhadap *cost effective product design* dalam perkembangan produk baru?
2. Apakah Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) berpengaruh terhadap *cost effective product design* dalam perkembangan produk baru?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat diperoleh beberapa tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh *cost information* terhadap *cost effective product design* dalam Perkembangan Produk Baru
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) terhadap *cost effective product design* dalam Perkembangan Produk Baru

### **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang terbaik untuk penulis sendiri, bagi pembaca ataupun pihak lain yang membutuhkan informasi yang bersangkutan dengan judul penelitian ini.

1. Secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini berkontribusi pada penelitian pengembangan produk baru dan akuntansi manajemen untuk lebih mengeksplorasi variabel-variabel yang mempengaruhi Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) dalam perkembangan produk baru. Hal ini dapat membantu para profesional dan akademisi menciptakan metode yang lebih praktis untuk meningkatkan pengembangan produk baru yang efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhan para customer.

## 2. Secara Praktis

- a. Bagi manajemen organisasi, sebagai masukan bagi manajemen dalam organisasi untuk menentukan aspek-aspek penting dalam pengembangan produk baru. Karena hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa aspek spesifik dari pengaruh Sistem Pengendalian Manajemen (SPM)
- b. Bagi Akademis, dapat digunakan sebagai bahan penelitian bagi para akademis dan ilmuwan di perguruan tinggi dan lembaga lainnya untuk kepentingan penelitian.