

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konveksi adalah sebuah industri yang berkecimpung dalam produk olahan tekstil seperti kaos, kemeja, tas, jaket, dan lainnya. Konveksi memiliki cakupan yang kecil ketimbang garment yang cakupan luas dalam jumlah produksi dan pemasaran (Prasetyo dkk., 2024). Namun, konveksi menjadi salah satu industri tekstil yang banyak diminati di Indonesia. Industri konveksi di Indonesia mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya permintaan pasar akan produk tekstil dan pakaian jadi. Faktor yang juga mempengaruhi dalam meningkatnya permintaan seperti perubahan tren mode dan permintaan pakaian *custom* mendorong semakin banyaknya pelaku usaha yang terjun ke industri ini (Yunus, 2021).

Pesatnya pertumbuhan industri konveksi telah memicu persaingan yang semakin ketat di pasar lokal. Persaingan ini melibatkan berbagai aspek, seperti harga, kualitas, inovasi produk, dan kecepatan produksi dalam memenuhi permintaan. Faktor-faktor tersebut menjadi penentu dalam menarik minat konsumen. Pelaku industri konveksi bersaing dengan banyak produsen lain yang menawarkan produk serupa. Hal ini memberikan tekanan besar pada pelaku konveksi karena harus melakukan *balancing* terhadap biaya produksi dan waktu produksi agar tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk (Rahmola dkk., 2022). Pelaku industri konveksi agar dapat tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat. Pelaku konveksi perlu menerapkan berbagai strategi yang mencakup efisiensi dan efektifitas produksi. Efisiensi dan keefektifan produksi menjadi penting untuk menekan biaya dan meningkatkan produktivitas, sehingga dapat lebih kompetitif tanpa mengurangi kualitas (Prasetyo dkk., 2023).

Kualitas produk adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi daya saing dalam industri manapun. Hal tersebut dapat dikatakan benar karena konsumen akan condong ke produk kualitas produk yang lebih baik dalam memilih produk. Konsumen berharap mendapatkan *value* yang sesuai keinginannya. Kualitas produk

juga dapat meningkatkan loyalitas yang menciptakan sebuah keunggulan kompetitif bagi perusahaan konveksi dalam melakukan persaingan (Puspitasari & Herdian, 2023). Konsumen yang puas dengan kualitas produk akan cenderung kembali membeli. Kebiasaan akan pembelian produk yang berulang dapat dijadikan sarana dalam pemasaran seperti konsumen merekomendasikan produk yang dibelinya kepada orang lain. Sebaliknya, produk yang kurang berkualitas dapat merusak citra perusahaan dan menurunkan kepercayaan konsumen (Surip, 2023). Oleh karena itu kualitas produk merupakan elemen strategis dalam menjaga posisi perusahaan di pasar yang kompetitif agar tetap unggul diantara konveksi yang lainnya (Timotius & Kemala, 2022). Dalam menjaga kualitas produk maka diperlukan pengendalian kualitas terhadap proses produksinya (Teja dkk., 2022).

Pengendalian kualitas (*quality control*) dalam produksi adalah tahap untuk memastikan setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar yang ditetapkan perusahaan maupun harapan konsumen. Proses pengendalian kualitas biasanya dilakukan mulai dari tahap pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga produk akhir (Prasetyo dkk., 2024). Pengendalian kualitas ini bertujuan untuk meminimalisir cacat produksi, menghindari pemborosan, serta memastikan konsistensi kualitas produk. Selama proses produksi, pengendalian dilakukan dengan pemeriksaan secara berkala, seperti mengecek produk dengan standar desain yang telah ditetapkan. Pengendalian juga dilakukan pada produk jadi untuk memastikan tidak ada cacat atau ketidaksesuaian sebelum produk dikirim ke konsumen. Pengendalian kualitas yang ketat tidak hanya menjaga kepuasan pelanggan tetapi juga mencegah potensi kerugian akibat pengembalian produk yang tidak memenuhi standar kualitas (Hakim & Al-faritsy, 2024).

Kualitas produk dan pengendalian kualitas yang kurang maksimal dapat menyebabkan berbagai kerugian yang berdampak serius bagi perusahaan konveksi baik dari segi finansial, reputasi, maupun operasional. Produk yang tidak memenuhi standar kualitas sering kali membuat pelanggan kecewa dan menurunkan kepuasan serta loyalitas konsumen. Akibatnya, pelanggan yang merasa tidak puas akan enggan untuk kembali berbelanja dan bahkan dapat memberikan ulasan negatif yang berpotensi merusak citra perusahaan (Hakim & Al-faritsy, 2024). Selain itu,

kualitas yang buruk sering kali menyebabkan produk cacat, yang memerlukan perbaikan atau produksi ulang, sehingga menambah biaya dan waktu produksi secara signifikan. Produk yang tidak layak jual juga menimbulkan kerugian material karena barang tersebut harus dibuang (Sari & Sunarso, 2024). Ulasan buruk dapat merusak reputasi perusahaan yang membuat konsumen ragu untuk membeli dan menurunkan daya saing perusahaan dalam persaingan yang semakin ketat (Puspitasari & Herdian, 2023). Dengan demikian, pengendalian kualitas yang baik adalah hal penting bagi perusahaan konveksi untuk mencegah berbagai potensi kerugian ini, menjaga kepuasan konsumen, dan memastikan keberlanjutan bisnis di pasar yang kompetitif.

Industri HF Mandiri Konveksi adalah konveksi *sub-contract* yang mengerjakan tas gendong bayi untuk perusahaan induk dengan produksi peralatan bayi. Konveksi diberi oleh perusahaan bahan untuk memproduksi 50 tas gendong bayi dalam sehari. Konveksi tersebut dapat memproduksi tas gendong bayi 50 pcs dalam sehari. Produksi dilakukan dalam sebulan sebanyak 26 hari kerja. Kualitas produk menjadi aspek yang penting guna memberikan *value* yang sesuai kepada konsumen. Setiap produk yang dihasilkan melalui proses produksi harus melalui tahapan *quality control* yang dilakukan di perusahaan induk. QC di perusahaan memastikan bahwa produk yang diterima sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan.

Pada konveksi tersebut sering terjadi pengembalian produk dari perusahaan induk kepada konveksi karena tidak lolos QC. Pengembalian produk cacat dari setiap 50 produk yang dikirim, pasti ada produk dikembalikan karena terdapat cacat atau tidak memenuhi spesifikasi yang ditetapkan. Standar yang ditetapkan perusahaan seperti jahitan harus presisi, jahitan yang rapi, potongan bahan yang rapi dan pemasangan aksesoris yang benar sesuai SOP tidak terbalik. Pihak perusahaan menilai bahwa jika tingkat kesalahan melebihi 10%, maka kinerja konveksi dianggap kurang memuaskan dan dapat dipindahkan ke produk dengan upah yang lebih kecil. Berikut merupakan data produksi dan jumlah cacat dalam beberapa bulan.

Tabel 1.1 Jumlah cacat dalam produksi Oktober 2024-Februari 2025

NO	Bulan	Total Cacat	Total Produksi	Presentase
1	Oktober 2024	107	1300	8.2%
2	November 2024	131	1300	10.1%
3	Desember 2024	140	1300	10.8%
4	Januari 2025	120	1150	10.4%
5	Februari 2025	133	1200	11.1%
	Total	631	6250	50.60%
	Rata-rata	126	1250	10.12%

Pada tabel terlihat presentase total cacat dari bulan November 2024 sampai Februari 2025 melebihi 10% batas toleransi perusahaan. Ada kenaikan presentase cacat dengan puncak pada bulan Februari 2025 sebesar 11.1%. Meskipun mampu memenuhi target kuantitas, konveksi menghadapi permasalahan serius pada aspek kualitas, terbukti dari tingginya persentase produk cacat yang melebihi ambang batas toleransi 10% dalam beberapa bulan terakhir. Produk yang tidak lolos *quality control* mengakibatkan pengembalian barang dari perusahaan induk sehingga konveksi harus melakukan perbaikan. Konveksi mengalami kerugian setiap kali ada produk yang cacat. Kerugian ini mencakup waktu yang terbuang dan biaya tambahan untuk lembur karyawan. Karyawan bekerja dengan jam kerja standar 8 jam sehari dan gaji bulanan sekitar Rp 2.230.731,00. Ketika terjadi pengembalian produk cacat, konveksi harus menambah waktu kerja sekitar 1-2 jam, yang mengharuskan pembayaran tambahan sebesar Rp 16.000 per jam per karyawan. Dalam lima bulan produksi terakhir, perusahaan menghasilkan 6250 gendongan bayi dengan rata-rata dalam sebulan sekitar 1250 produksi gendongan bayi. Jumlah produk cacat sebanyak 631unit dengan rata-rata 126 cacat perbulan. Perbaikan produk cacat memerlukan waktu rata-rata 20 menit per unit atau 0,33 jam. Waktu kerja untuk produksi sekitar 26 hari per bulan. Biaya tenaga kerja adalah Rp16.000 per jam dalam satu hari.

Tabel 1.2 Biaya lembur dalam produksi Oktober 2024-Februari 2025

	Bulan	Waktu Lembur (jam)	Total Produksi
1	Oktober 2024	35.31	Rp 564,960
2	November 2024	43.23	Rp 691,680
3	Desember 2024	46.2	Rp 739,200
4	Januari 2025	39.6	Rp 633,600
5	Februari 2025	43.89	Rp 702,240
	Total		Rp 3,331,680

Pada bulan Oktober 2024, jumlah produk cacat sebanyak 107 unit menyebabkan tambahan waktu kerja sebesar 35,31 jam, sehingga biaya lembur mencapai Rp 564.960. Pada November 2024, dengan jumlah cacat tertinggi yaitu 131 unit, total jam lembur yang dikeluarkan mencapai 43,23 jam dengan biaya Rp 691.680. Bulan Desember 2024 mencatat 140 unit cacat dengan biaya lembur sebesar Rp 739.200 dari total waktu lembur 46,2 jam. Sementara itu, pada Januari dan Februari, jumlah cacat masing-masing sebesar 120 dan 133 unit menyebabkan biaya lembur berturut-turut Rp 633.600 dan Rp 702.240 dari 39,6 jam dan 43,89 jam. Secara keseluruhan, dalam lima bulan tersebut, konveksi mengalami kerugian akibat biaya lembur sebesar Rp 3.331.680. Biaya ini belum termasuk potensi kerugian lain akibat waktu kerja yang bertambah serta dampak terhadap produktivitas karyawan.

Selain dampak finansial akibat biaya lembur, jumlah produk cacat yang tinggi juga menyebabkan inefisiensi dalam penggunaan waktu kerja dan bahan baku. Bahan baku yang digunakan dalam produksi juga mengalami peningkatan pemborosan akibat unit yang tidak memenuhi standar kualitas. Hal ini secara langsung meningkatkan biaya material yang harus dikeluarkan oleh konveksi. Dalam jangka panjang, jika jumlah produk cacat tidak dikendalikan, perusahaan dapat mengalami penurunan profitabilitas yang signifikan karena biaya tambahan terus meningkat tanpa adanya peningkatan produksi yang sebanding. Dampak lain yang perlu diperhatikan adalah beban kerja karyawan yang semakin tinggi akibat

perbaiki produk cacat, yang dapat menurunkan motivasi dan kinerjanya. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengendalian kualitas untuk memperbaiki kualitas untuk memastikan setiap tas gendong bayi yang dihasilkan memenuhi standar kualitas. Pengendalian kualitas produksi yang lebih baik akan membawa hasil yang lebih baik juga dan profit akan meningkat.

1.2 Rumusan Masalah

Konveksi HF Mandiri berkomitmen untuk memproduksi tas gendong bayi yang berkualitas yang sesuai dengan standar yang diharapkan yaitu produk cacat tidak boleh lebih dari 10% jumlah produksi harian. Namun, dalam kenyataannya sering ditemukan produk yang cacat pada tahap akhir produksi yang sering ditemui produk cacat melebihi 10% dari jumlah produksi. Adanya produk cacat ini menimbulkan berbagai kerugian operasional dan finansial bagi konveksi. Akibat produk yang tidak sesuai standar, konveksi harus melakukan *overtime* atau kerja lembur untuk memperbaiki produk yang cacat. Hal ini berdampak pada peningkatan biaya operasional, termasuk tambahan waktu kerja bagi karyawan, biaya upah lembur, serta penggunaan bahan baku yang lebih banyak dari yang direncanakan. Solusinya, Konveksi HF Mandiri dapat mengatasi permasalahan produk cacat dengan meningkatkan pengendalian produksi dengan perbaikan kualitas agar dapat memenuhi target produksi.

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi jenis cacat dan mengetahui alur proses produksi pada HF mandiri.
2. Mengukur kualitas produksi pada HF mandiri.
3. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kecacatan.
4. Memberikan solusi perbaikan dalam upaya mengurangi produk cacat.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang akan dicapai, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Usaha

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas proses produksi, mengurangi tingkat cacat

produk, serta menekan biaya produksi sehingga usaha dapat mencapai efisiensi yang lebih baik.

2. Bagi Penulis

Penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan memberikan pengalaman praktis mengenai manajemen kualitas di industri konveksi dan kemampuan analisis terhadap masalah produksi.

3. Bagi Intitusi

Institusi dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan evaluasi dan referensi bagi institusi untuk menilai kemampuan mahasiswa dalam menerapkan teori yang telah dipelajari ke dalam praktik nyata di lapangan.

1.5 Batasan

Terdapat batasan yang akan dicapai dalam sebuah penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada Konveksi HF Mandiri.
2. Pengambilan data awal menggunakan rentan waktu Oktober 2024 sampai Februari 2025.
3. Jenis produk yang diteliti yaitu gendongan bayi.