

BAB II

ANALISIS BIAYA MUTU

2.1 Pengertian Biaya

Ada beberapa pengertian menurut para ahli. Mulyadi (2010) biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomis, yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Menurut Hansen dan Mowen (2010) biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi.

Menurut Carter (2009), biaya adalah sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat. Dalam akuntansi keuangan, pengeluaran atau pengorbanan pada akuisisi dicerminkan oleh penyusutan atas kas atau asset lain yang terjadi pada saat atau di masa yang akan datang.

Menurut Krismiaji dan Aryani (2011), biaya merupakan kas atau ekuivalen kas yang dikorbankan untuk membeli barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi perusahaan saat sekarang atau untuk periode mendatang.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan kas atau setara kas yang dilakukan untuk memperoleh suatu manfaat saat sekarang atau untuk masa depan.

2.1.1 Penggolongan Biaya

Suatu perusahaan dimungkinkan memiliki puluhan hingga ratusan jenis biaya. Jenis biaya-biaya ini harus diklarifikasikan dalam kelompok yang berguna untuk analisis tersebut. Salah satu cara pengelompokan yang tepat adalah berdasarkan fungsi yang ada pada perusahaan tersebut, seperti pada pengelompokan biaya untuk akuntansi keuangan. Pengelompokan biaya tersebut dibagi sesuai fungsi, misalnya fungsi administrasi, fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan sebagainya.

Menurut Mulyadi (2010) biaya dapat digolongkan sebaga berikut:

1. **Objek pengeluaran**

Objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Contoh apabila objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

2. Fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur ada 3 fungsi pokok yaitu:

a. Biaya produksi

Biaya yang terjadi untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut obyek pengeluarannya secara garis besar biaya ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

b. Biaya pemasaran

Biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.

c. Biaya administrasi umum

Biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran.

3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

a. Biaya langsung (*direct cost*)

Merupakan biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena sesuatu yang dibiayai. Biaya langsung terdiri dari bahan baku dan tenaga kerja langsung.

b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau overhead pabrik.

4. Perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi:

a. Biaya variabel

Biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

b. Biaya semivariabel

Biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

c. Biaya semifixed

Biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya tetap

Biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu.

5. Jangka waktu

Atas dasar jangka waktu manfaatnya dibagi menjadi dua:

a. Pengeluaran modal (*Capital Expenditure*)

Biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender).

b. Pengeluaran pendapatan (*Revenue Expenditure*)

Biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut, pada saat terjadinya pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut.

2.2 Pengertian Mutu

Mutu sering dikaitkan dengan ketahanan produk, yaitu keawetan dan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi keinginan konsumen. Mutu juga sering dikaitkan dengan harga barang, misalnya barang yang harganya lebih murah. Berikut ini uraian beberapa definisi mutu

Pengertian mutu menurut Rakhmawati (2012) adalah:

“Mutu merupakan ukuran relatif kebaikan suatu produk, yang dapat memenuhi harapan pelanggan misalnya kecocokan pengguna, kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen, kesesuaian produk dengan spesifikasi desain dan persyaratan teknisnya”.

Menurut Juran (2005) adalah:

“Mutu produk adalah kecocokan penggunaan produk (*Fitness For Use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan”.

Kecocokan penggunaan itu didasarkan pada lima ciri utama sebagai berikut:

- a. Teknologi, yaitu kekuatan atau daya tahan.
- b. Psikologis, yaitu citra atau status.
- c. Waktu, yaitu keandalan.
- d. Kontraktual, yaitu adanya jaminan.
- e. Etika, yaitu sopan santun, ramah dan jujur.

Sedangkan menurut Nasution (2005) adalah:

“Kecocokan penggunaan suatu produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan yang lama, meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, tidak mudah rusak, adanya jaminan mutu, dan sesuai dengan etika bila digunakan. Khususnya untuk jasa diperlukan pelayanan kepada pelanggan yang ramah, sopan, serta jujur sehingga dapat menyenangkan atau memuaskan pelanggan”.

2.2.1 Penggolongan Mutu

Mutu menurut Hongren, Foster dan Datar (2003) dapat dikelompokkan menjadi *quality of design* dan *quality conformance*.

- Mutu Rancangan (*Quality of Design*)

Adalah suatu fungsi berbagai spesifikasi produk untuk mengukur sampai sejauh mana karakteristik suatu produk atau jasa dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Mutu rancangan yang lebih tinggi biasanya ditunjukkan oleh dua hal, yaitu :

1. Tingginya biaya pemrosesan, dan
2. Tingginya harga jual

- Mutu Kesesuaian (*Quality of Conformance*)

Adalah suatu ukuran mengenai bagaimana suatu produk memenuhi berbagai persyaratan atau spesifikasi, desain, dan tekniknya. Jika produk memenuhi semua spesifikasi rancangan maka produk tersebut cocok dan layak untuk digunakan.

Dari kedua jenis mutu tersebut, mutu kesesuaian harus menerima tekanan yang lebih besar. Ketidaksesuaian dalam memenuhi persyaratan, akan menimbulkan masalah besar bagi perusahaan, diantaranya biaya perbaikan yang lebih besar dan hilangnya hubungan baik dengan konsumen. Jika para ahli mutu berbicara mengenai peningkatan mutu, berarti mengurangi kejadian ketidaksesuaian dengan harapan para konsumen.

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi mutu

Beberapa faktor penentu mutu produk menurut Suyadi Prawirosentono (2004) adalah sebagai berikut:

1. Bentuk rancangan dari suatu barang atau jasa (*designing*).

Dalam kehidupan kita ternyata berbagai jenis barang yang mutunya dipengaruhi oleh bentuknya. Walaupun untuk barang-barang tertentu bentuknya tidak pernah berbeda dan tidak berubah serta tidak ada hubungannya dengan mutu barang tersebut.

2. Bahan baku yang digunakan (*raw material*)

Mutu suatu barang banyak dipengaruhi oleh bahan baku yang digunakan untuk membuat barang yang bersangkutan. Di dunia bisnis, memang terdapat ragam bahan baku yang dibedakan satu sama lain dari mutunya.

3. Cara atau proses pembuatannya yaitu teknologi yang digunakan untuk membuat barang tersebut (*technology*).

Proses pengolahan dipengaruhi pula oleh teknologi yang digunakan dalam proses produksi mempengaruhi pula mutu produk yang dihasilkan.

4. Cara menjual atau cara mengirimnya ke konsumen termasuk cara mengemasnya (*packaging and delivering*).

Pengaruh dari cara pengangkutan atau distribusi yang kurang baik atau terdapat pembungkus yang rusak, sehingga barang yang diterima di tingkat pengecer, sehingga fisik atau sifat dari produknya telah berubah.

5. Digunakan atau dipakainya barang atau jasa tersebut oleh konsumen (*using*).

Walaupun mutu barang baik, tetapi tidak laku di pasar, sebabnya bisa karena berbagai hal antara lain:

1. Barang tersebut tidak sesuai lagi dengan perkembangan teknologi yang ada.
2. Pelayanan menjual jelek
3. Jasa pelayanan purna jual (*after sale service*) juga mempengaruhi mutu keseluruhan barang, artinya produk-produk tanpa pelayanan purnajual dapat dianggap produk yang tidak bermutu secara umum dan dihindari konsumen.

2.3 Pengertian Biaya Mutu

Biaya Mutu adalah suatu biaya yang terjadi atau dimungkinkan akan terjadi akibat kualitas yang rendah. Biaya kualitas diidentifikasi sebagai suatu biaya yang berkaitan erat dengan pengidentifikasian pencegahan, perbaikan

produk kualitas rendah, *opportunity cost* waktu produksi yang hilang dan rendahnya kualitas yang diakibatkan penurunan penjualan.

2.3.1 Jenis Biaya Mutu

Menurut Hansen dan Mowen (2010) jenis biaya mutu yaitu:

1. Biaya pencegahan (*prevention cost*)

Biaya pencegahan adalah biaya yang terjadi untuk mencegah kerusakan produk atau jasa yang diproduksi. Biaya pencegahan mencakup biaya yang berhubungan dengan perancangan, pngimplementasian, dan pemeliharaan sistem mutu. Biaya pencegahan meliputi: biaya perekayasaan mutu, program pelatihan mutu, perencanaan mutu, pelaporan mutu, evaluasi para pemasok, audit mutu, daur mutu, dan telaah rancangan.

Contoh biaya pencegahan (*prevention cost*) terdiri atas:

- a. Biaya perencanaan mutu (*quality planning cost*), yakni biaya-biaya yang berkaitan dengan perencanaan mutu produk dan sistem pengembangan mutu produk
- b. Biaya desain produk dan tinjau ulang (*product design and review cost*), yakni kenaikan biaya yang berkaitan dengan membuat desain produk dalam rangka memperbaiki mutu produk (*product improvement*). Dengan istilah kenaikan (*increment*) biaya berarti tidak termasuk biaya orisinilnya untuk

mendesain produk (*not included the basic cost of original product design*).

c. Biaya desain tugas dan pelatihan (*cost of job design and training*). Biaya-biaya tersebut adalah biaya untuk mengembangkan metode kerja (*developing work method*) dan biaya implementasi dalam bentuk biaya pelatihan untuk para karyawan dalam perbaikan mutu produk.

d. Biaya koleksi, analisis dan laporan adalah biaya-biaya untuk pengangkutan dan yang berkaitan dengan perbaikan mutu, produk rusak. Masalah mutu, biaya waktu penghentian produksi (*down time*) dan biaya analisis serta biaya penyusutan laporannya.

2. Biaya penilaian (*appraisal cost*)

Biaya penilaian adalah biaya yang terjadi untuk menentukan apakah produk dan jasa sesuai dengan persyaratan-persyaratan mutu. Tujuan utama fungsi penilaian adalah untuk mencegah pengiriman barang-barang yang tidak sesuai persyaratan ke para pelanggan. Biaya penilaian meliputi barang-barang inspeksi dan pengujian bahan, inspeksi pengepakan, supervisi aktivitas penilaian, penerimaan produk, penerimaan proses, verifikasi pemasok, dan pengujian lapangan.

Contoh biaya penilaian (*appraisal cost*):

- a. Biaya pemeriksaan bahan yang datang (*incoming material inspection cost*), yakni pemeriksaan atas bahan baku yang masuk dari pemasok. (inspeksi dan pengetesan)
- b. Biaya pemeriksaan selama proses produksi (*in proses inspection and testing cost*), yakni pemeriksaan (inspeksi dan pengetesan) atas komponen-komponen barang yang dalam proses produksi (*work in process*) untuk menjamin adanya kesesuaian (*conforming*) mutu dengan mutu yang telah diterapkan. Mungkin termasuk biaya kecocokan mutu yang dilakukan oleh beberapa konsumen dan laboratorium pihak ketiga (*third party laboratories*).
- c. Biaya pemeliharaan alat untuk test (*maintaining equipment*), yakni biaya pemeliharaan alat-alat pengetesan agar semua mesin berada dalam kondisi kerja yang baik termasuk biaya kalibrasi untuk menjamin ukuran produk yang tepat karena peralatan test yang juga tepat ukuran.
- d. Biaya evaluasi persediaan (*cost of evaluation stock*), yakni biaya untuk mengevaluasi kondisi bahan baku dan bahan pembantu dan juga produk akhir yang berada di gudang.

3. Biaya kegagalan internal (*internal failure cost*)

Biaya kegagalan internal adalah biaya yang terjadi karena produk dan jasa yang tidak sesuai persyaratan terdeteksi sebelum barang dan jasa tersebut dikirim ke pihak luar (pelanggan). Kegagalan ini adalah kegagalan yang terdeteksi oleh aktivitas-aktivitas penilaian. Biaya kegagalan internal meliputi: sisa produk, pengerjaan kembali, downtime (karena kerusakan), inspeksi kembali, pengujian kembali, perubahan rancangan. Biaya kegagalan internal tidak timbul bila tidak ada kerusakan.

Contoh biaya kegagalan internal (*internal failure cost*) terdiri atas:

- a. Biaya disposisi, yaitu biaya untuk menentukan langkah kegiatan atau tindakan yang harus dilakukan sehubungan dengan adanya kerusakan pada suatu produk yang ditemukan . bentuk tindakan tersebut antara lain mengerjakan ulang (*rework*), membuangnya (*scrap*), atau memperbaiki melalui proses.
- b. Biaya membuangnya menjadi barang apkir (*scrap cost*). Biaya ini timbul karena mutu suatu barang buruk sekali sehingga lebih baik dibuang atau apkir. Biaya yang harus dihitung selain biaya bahan, juga upah dan biaya lain yang terkait dengan *scrap* tersebut.
- c. Biaya mengerjakan kembali/ulang (*rework cost*), yaitu biaya yang dikeluarkan untuk mengoreksi atau memperbaiki produk

atau bagian dari produk yang cacat atau rusak, agar barang tersebut dapat digunakan (*usable*) dan dapat dijual (*salable*).

d. Biaya bahan sisa (*yield losses cost*), yakni biaya atas bahan-bahan sisa yang secara teknis tidak dapat dihindarkan, mau tidak mau harus ada bahan yang terbuang. Dalam industri garmen adalah perca.

4. Biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*)

Biaya kegagalan eksternal adalah biaya yang terjadi karena produk dan jasa gagal menyesuaikan persyaratan-persyaratan yang diketahui setelah produk tersebut dikirimkan ke pelanggan. Dari empat jenis biaya mutu, biaya mutu kegagalan eksternal dapat menjadi biaya yang paling membahayakan. Biaya kegagalan eksternal meliputi: penjualan yang hilang karena kinerja yang buruk, pengambilan dan cadangan karena mutu yang buruk, jaminan, reparasi, penggantian produk, dan penyesuaian atas keluhan-keluhan. Biaya kegagalan eksternal tidak terjadi jika tidak ada kerusakan.

Contoh biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*) terdiri atas:

a. Biaya keluhan konsumen (*the cost of complaint, investigation, investigation and adjustment*). Biaya ini dikeluarkan sehubungan dengan adanya keluhan konsumen atas produk yang dibeli, sehingga perlu biaya untuk meneliti kerusakan produk dan kemudian memperbaikinya.

b. Biaya penggantian (*the cost of return, replace or allowance*).

Biaya ini dikeluarkan untuk mengganti barang yang rusak dengan barang yang baru, meliputi biaya pengiriman kembali dan biaya kompensasi kepada konsumen berupa allowance (tunjangan kerugian karena tidak puas menggunakan produk rusak).

c. Biaya jaminan (*warranty expenses*) yaitu biaya yang dikeluarkan karena terjadi keluhan selama masa garansi, misalnya biaya perbaikan dan atau biaya sewa ganti selama barang yang rusak sedang diperbaiki.

Ganti rugi (*liability*), yaitu biaya yang dikeluarkan perusahaan karena konsumen mengalami kecelakaan (bahkan sampai tingkat kematian)

2.3.2 Pengukuran Biaya Mutu

Menurut Hansen dan Mowen (2010) mengklasifikasikan pengukuran biaya mutu menjadi 2 jenis biaya yaitu:

1. Biaya kualitas yang dapat diamati

Adalah biaya-biaya yang tersedia atau dapat diperoleh dari catatan akuntansi perusahaan. biaya yang termasuk dalam kategori ini adalah semua biaya kualitas yang muncul kecuali biaya kehilangan penjualan, biaya ketidakpuasan pelanggan, biaya kehilangan pangsa pasar.

2. Biaya kualitas tersembunyi

Adalah biaya kesempatan atau oportunitas yang terjadi karena kualitas yang buruk (biaya ini biasanya tidak disajikan dalam catatan akuntansi).

Biaya yang termasuk dalam kategori ini adalah biaya kegagalan eksternal.

Terdapat 3 metode untuk mengestimasi biaya kualitas yang tersembunyi, yaitu:

1. Metode Pengali

Mengasumsikan total biaya kegagalan adalah hasil dari biaya-biaya kegagalan yang terukur.

Total biaya kegagalan eksternal = k (Biaya kegagalan eksternal)

Dimana k adalah efek pengali. Nilai k diperoleh berdasarkan pengalaman

2. Metode Penelitian Pasar

Metode ini digunakan untuk menilai pengaruh kualitas jelek terhadap penjualan dan pangsa pasar. Survey pelanggan dan wawancara dengan anggota tim penjualan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap besarnya biaya tersembunyi perusahaan. Hasil penelitian pasar dapat digunakan untuk memproyeksikan hilangnya laba dimasa depan akibat kualitas yang buruk.

3. Metode Fungsi Kerugian kualitas Taguchi

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

2.3.3 Pelaporan Informasi Biaya Mutu

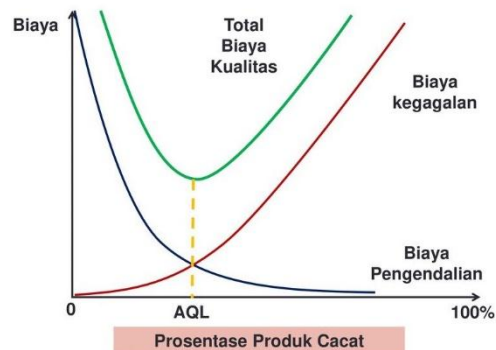
Pentingnya biaya mutu terhadap segi keuangan perusahaan dapat lebih mudah dinilai dengan menampilkan biaya-biaya mutu. Terdapat 2 pandangan mengenai biaya kualitas yang optimal menurut Hansen dan Mowen (2010) yaitu:

1. Fungsi biaya kualitas: pandangan kualitas yang dapat diterima

Mengasumsikan bahwa terdapat perbandingan terbalik antara biaya pengenalan dan biaya kegagalan. Ketika biaya pengendalian meningkat, biaya kegagalan seharusnya turun. Selama penurunan biaya kegagalan lebih besar daripada kenaikan biaya pengendalian, perusahaan harus terus meningkatkan usahanya untuk mencegah atau mendeteksi unit-unit yang tidak sesuai. Pada akhirnya, akan tercapai suatu titik dimana kenaikan tambahan biaya dalam upaya tersebut menimbulkan biaya yang lebih besar daripada penurunan

biaya kegagalan. Titik ini mewakili tingkat yang lebih besar daripada penurunan biaya kegagalan. Titik ini mewakili tingkat minimum dari total biaya kualitas dan merupakan perbandingan antara biaya pengendalian dengan biaya kegagalan serta mendefinisikan tingkat kualitas yang dapat diterima (*acceptable quality level-AQL*). Hal ini diilustrasikan dalam gambar 2.1.

Dalam gambar 2.1 diasumsikan 2 fungsi biaya: satu untuk biaya pengendalian dan satu untuk biaya kegagalan. Diasumsikan juga bahwa persentase unit cacat meningkat ketika biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan-kegiatan pencegahan dan penilaian turun, biaya kegagalan, di lain sisi meningkat ketika jumlah unit cacat meningkat. Dari fungsi total biaya kualitas, diketahui bahwa total biaya kualitas turun ketika kualitas ditingkatkan sampai ke titik tertentu. Setelah itu tidak ada peningkatan lebih lanjut yang mungkin dilakukan. Tingkat optimal unit cacat telah diidentifikasi dan perusahaan berupaya untuk mencapainya. Tingkat yang mengizinkan adanya unit cacat ini disebut tingkat kualitas yang dapat diterima (AQL).



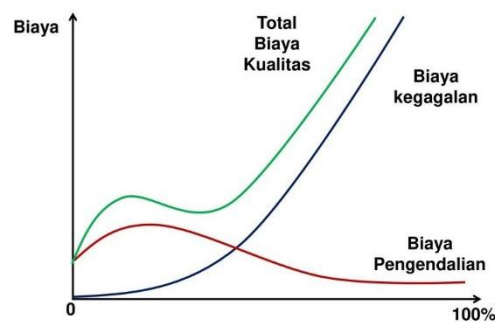
Gambar 2.1

Grafik Biaya Kualitas AQL

2. Fungsi biaya kualitas: pandangan cacat nol

Sudut pandang AQL didasarkan pada definisi produk cacat tradisional. Dalam pengertian klasik, sebuah produk dikatakan cacat bila kualitasnya berada di luar batas toleransi suatu karakteristik kualitas. Menurut pandangan ini, biaya kegagalan timbul jika produk tidak sesuai dengan spesifikasi dan terdapat perbandingan terbalik antara biaya kegagalan dengan biaya pengendalian. Pandangan AQL mengizinkan diproduksi sejumlah tertentu produk cacat. Model cacat nol menyatakan bahwa dengan mengurangi unit cacat hingga nol maka akan diperoleh keunggulan biaya. Perusahaan yang menghasilkan semakin sedikit produk cacat akan menjadi lebih kompetitif daripada perusahaan yang meneruskan penggunaan model AQL. Model cacat nol menekankan pada biaya kualitas dan potensi penghematan dari upaya yang lebih

besar dan untuk meningkatkan kualitas. Tingkat optional dari biaya kualitas adalah keadaan dimana produk-produk yang diproduksi memenuhi nilai targetnya. Gambar 2.2 memperlihatkan perubahan dalam hubungan biaya kualitas. Meskipun gambar tersebut menunjukkan bahwa fungsi total biaya kualitas konsisten dengan hubungan biaya kualitas yang diuraikan, namun ada beberapa perbedaan utama. Pertama, biaya pengendalian tidak meningkat tanpa batas ketika mendekati kondisi tanpa cacat. Kedua, biaya pengendalian dapat naik dan kemudian turun ketika kondisi tanpa cacat. Ketiga, biaya kegagalan dapat ditekan menjadi nol.



Gambar 2.2

Grafik Biaya Kualitas Kontemporer

2.3.4 Pengendalian Biaya Mutu

2.3.4.1 Pemilihan Standar kualitas

Menurut Supriono (2002) pemilihan standar kualitas dikategorikan menjadi 2 pendekatan yaitu:

1. Pendekatan tradisional

Standar kualitas yang dianggap tepat adalah tingkat kualitas yang dapat diterima (AQL). Suatu AQL merupakan pengakuan bahwa sejumlah tertentu produk cacat akan diproduksi dan dijual. Jika AQL ditetapkan 4% maka setiap produk (atau proses produksi) yang memiliki unit rusak tidak boleh lebih dari 4%. Umumnya AQL menunjukkan status kegiatan operasi saat ini, bukan apa yang mungkin dicapai jika perusahaan memiliki program kualitas yang unggul. Sebagai standar kualitas, AQL mempunyai masalah-masalah yang sama dengan pengalaman masa lalu sebagai standar kualitas pemakaian bahan dan tenaga kerja. Masalah-masalah yang timbul akibat menggunakan AQL dapat dinyatakan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- a. Mengapa perusahaan harus merencanakan untuk menghasilkan sejumlah produk rusak tertentu ?
- b. Mengapa tidak merencanakan saja untuk membuat produk yang sesuai dengan spesifikasi ?

- c. Apakah tidak ada masalah integritas perusahaan yang terlibat disini ?
- d. Berapa banyak pelanggan yang mau menerima produk yang dikirimkan jika mereka tahu produk tersebut rusak?

2. Pendekatan kerusakan nol

Merupakan standar kinerja yang mengharuskan produk dan jasa yang diproduksi dan dijual sesuai dengan persyaratan. Standar kerusakan nol merupakan standar yang mungkin saja tercapai sepenuhnya. Namun, banyak bukti menunjukkan standar tersebut dapat dicapai dengan hasil yang mendekati ke standar yang ditentukan tersebut. Kerusakan dapat disebabkan oleh (1) kurangnya pengetahuan, atau (2) kurangnya perhatian. Kurangnya pengetahuan dapat diatasi dengan pelatihan yang baik. Kurangnya perhatian dapat diatasi dengan kepemimpinan yang lebih efektif. Perlu diperhatikan bahwa penerapan konsep kerusakan nol berarti manajemen harus berusaha mengeliminasi biaya-biaya kegagalan dan terus menerus mencari cara baru agar dapat meningkatkan kualitas.

2.3.4.2 Kuantifikasi Standar kualitas

Menurut Supriyono (2002) biaya kualitas yang baik digunakan yaitu:

1. Perilaku biaya kualitas

Standar biaya kualitas tidak lebih 2,5% dari penjualan, perusahaan harus dapat mengidentifikasi perilaku setiap elemen biaya kualitas secara individual.

2. Standar fisik

Tujuannya adalah agar setiap orang mengerjakan benar sejak pertama kali

3. Penggunaan standar interim

Bagi sebagian besar perusahaan, standar kerusakan nol merupakan tujuan jangka panjang. Kemampuan untuk mencapai standar ini sangat dipengaruhi oleh kualitas para pemasoknya, sehingga harus mengikutsertakan keterlibatan para pemasoknya ke dalam program penyempurnaan kualitas. Karena hal itu membutuhkan waktu bertahun-tahun, maka standar kualitas per tahun harus dikembangkan yang disebut dengan standar kualitas interim. Standar kualitas interim menunjukkan sasaran kualitas untuk tahun yang bersangkutan.