

BAB II

BIAYA KUALITAS

2.1. Kualitas

2.1.1. Pengertian Kualitas

Kamus Besar Bahasa Indonesia secara umum mendefinisikan kualitas sebagai tingkat baik buruknya sesuatu atau derajat kualitas. Kualitas dapat juga didefinisikan sebagai tingkat keunggulan suatu produk maupun jasa. Menurut Hansen dan Mowen (2013) kualitas dapat diartikan sebagai ukuran relatif dari kebaikan (*goodness*). Secara operasional kualitas produk atau jasa merupakan sesuatu yang digunakan untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Menurut Horngren, dkk (2008) mengartikan kualitas sebagai karakteristik total dan ciri dari suatu jasa atau produk yang dirancang atau dibuat menurut spesifikasinya untuk memuaskan pelanggan pada saat membeli maupun selama menggunakannya.

Harapan konsumen terhadap produk maupun jasa berbeda antara satu orang dengan orang lainnya. Dalam hal ini konsumen sebagai pengguna produk sepenuhnya menentukan kualitas, karena secara subjektif kualitas berkaitan dengan kecocokan selera (*fitness for use*). Jika kualitas tidak bisa memenuhi spesifikasi yang diharapkan oleh konsumen maka menimbulkan suatu kerugian bagi perusahaan karena konsumen merasa tidak tertarik untuk membeli atau memesan produk tersebut.

2.1.2. Dimensi Kualitas

Karakteristik kualitas suatu produk yang dapat diandalkan harus multidimensi, karena harus memberikan kepuasan dan nilai manfaat yang besar kepada konsumen dengan berbagai cara. Oleh karena itu, setiap produk harus memiliki ukuran yang mudah dihitung sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukannya sesuai dengan kebutuhan. Hansen dan Mowen (2013) mengembangkan 8 (delapan) dimensi kualitas yang dapat digunakan untuk menganalisis dan perencanaan strategis seperti berikut:

1. Kinerja (*performance*), merupakan tingkat konsistensi dan seberapa baik produk dapat berfungsi. Dalam jasa, prinsip tidak terpisahkan (*inseparability principle*) yang berarti jasa dilaksanakan langsung dihadapan konsumen. Jadi, dimensi kinerja jasa berarti daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurance*) dan empati (*emphaty*).
2. Estetika (*aesthetic*), berhubungan dengan wujud produk (seperti gaya dan keindahan) dan penampilan dari fasilitas, perlengkapan, personalia, peralatan, dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa.
3. Kemudahan perawatan dan perbaikan (*serviceability*), adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk setelah di tangan konsumen.
4. Fitur (*features*), menunjukkan karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dengan produk-produk sejenis.
5. Keandalan (*reliability*), berhubungan dengan peluang produk atau jasa dapat bekerja sesuai dengan dispesifikasikan dalam jangka waktu

tertentu. Durabilitas (*durability*), menunjukkan ukuran masa pakai suatu produk. Karakter ini berkaitan dengan daya tahan dari sebuah produk.

6. Tingkat kesesuaian (*quality of conformance*), merupakan ukuran mengenai apakah sebuah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen.
7. Kesesuaian dalam penggunaan (*fitness of use*), adalah kecocokan dari sebuah produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang diiklankan.

Kualitas merupakan salah satu harapan konsumen sehingga upaya peningkatan kualitas merupakan kewajiban produsen. Oleh karena itu, peningkatan salah satu dari dimensi kualitas merupakan upaya peningkatan kualitas. Meskipun delapan dimensi tersebut penting dan mampu memengaruhi kepuasan konsumen, tetapi dimensi kualitas yang dapat diukur cenderung lebih mendapat perhatian (contohnya tingkat kesesuaian).

2.1.3. Penggolongan Kualitas

Menurut Hansen dan Mowen (2013) kualitas dapat digolongkan kedalam dua jenis, yaitu:

1. Kualitas Rancangan (*Quality of Design*)

Kualitas Rancangan (*Quality of Design*) merupakan berbagai spesifikasi atau rancangan suatu produk. Suatu produk dengan kualitas spesifikasi yang tinggi ditunjukkan oleh 2 (dua) hal yaitu biaya produksi yang tinggi dan tingginya harga jual.

2. Kualitas Kesesuaian (*Quality of Conformance*)

Kualitas Kesesuaian (*Quality of Conformance*) yaitu ukuran seberapa banyak suatu produk dapat memenuhi atau melampaui spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan. Jadi, jika suatu produk dapat memenuhi spesifikasi desainnya dan bebas dari cacat disebut memiliki kualitas kesesuaian yang tinggi.

Berdasarkan uraian diatas, manajemen diharapkan untuk memperhatikan kualitas jasa dan produk yang akan diberikan kepada konsumen. Rancangan dan kesesuaian kualitas harus diperhatikan agar dapat mencegah pemborosan biaya.

2.1.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas

Dalam menciptakan kualitas produk yang baik sesuai dengan harapan konsumen, maka perusahaan harus memperhatikan fakto-faktor yang bisa membuat konsumen tertarik untuk memilih produk. Terdapat 3 (tiga) faktor yang akan mempengaruhi tingkat kualitas suatu produk, yaitu:

1. Wujud luar produk

Wujud luar dari suatu produk merupakan salah satu faktor yang sering digunakan oleh setiap konsumen dalam melihat atau memilih suatu barang untuk pertama kalinya dan menentukan kualitas produk tersebut. Faktor wujud luar dari suatu produk tidak hanya terlihat pada bentuknya saja, tetapi dari pembungkus, warna, dan lain-lain.

2. Fungsi suatu produk

Dalam menghasilkan suatu produk hendaknya memperhatikan fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan, sehingga ketika barang-barang tersebut dihasilkan dapat benar-benar memenuhi fungsinya, tercemin pada spesifikasi dari produk tersebut seperti kecepatan, tahan lamanya, berat, bunyi, kegunaannya, sulita/mudahnya dalam perawatannya, dan lain-lain.

3. Biaya suatu produk

Pada umumnya, harga dan biaya suatu produk menentukan kualitas dari suatu produk. Dalam hal ini terlihat bahwa produk yang mempunyai harga dan biaya yang tinggi menunjukkan bahwa kualitas dari produk tersebut relative lebih baik. Sebaliknya, jika suatu produk memiliki biaya dan harga yang rendah menunjukkan bahwa kualitas produk tersebut relatif lebih rendah. Hal tersebut terjadi karena biasanya dalam mendapatkan suatu kualitas yang baik atau bagus maka dibutuhkan biaya yang tinggi.

2.1.5. Pentingnya Pengendalian Kualitas

Pengendalian kualitas merupakan aktivitas pengendalian proses dalam mengukur ciri-ciri kualitas suatu produk, membandingkan dengan spesifikasi yang telah ditetapkan dan mengambil tindakan yang sesuai jika terdapat perbedaan antara spesifikasi yang sebenarnya dengan yang telah ditetapkan. Pengendalian kualitas bertujuan untuk mengendalikan kualitas produk atau jasa yang bisa memuaskan konsumen.

Peran dari kualitas produk sangat penting dalam situasi pemasaran yang cukup bersaing, karena dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Bagi perusahaan yang tidak memperhatikan kualitas dari produk yang dihasilkan maka akan mengalami kendala dalam pemasarannya, sehingga terjadi penurunan penjualan.

2.2. Biaya Kualitas

2.2.1. Pengertian Biaya Kualitas

Kegiatan yang berkaitan dengan kualitas merupakan kegiatan yang dilakukan karena terjadinya kualitas buruk. Biaya-biaya dalam melakukan kegiatan tersebut merupakan biaya kualitas. Menurut Hansen dan Mowen (2013) biaya kualitas (*cost of quality*) merupakan biaya-biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang kualitasnya buruk. Garisson (2009) mendefinisikan biaya kualitas yaitu semua biaya yang dikeluarkan karena adanya barang cacat. Berdasarkan definisi diatas maka disimpulkan bahwa biaya kualitas merupakan biaya yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan karena terjdainya barang cacat maupun rusak, dengan kata lain biaya tersebut dikeluarkan untuk bisa meningkatkan kualitas suatu produk atau tercapainya standar yang telah ditetapkan.

2.2.2. Jenis Biaya Kualitas

Menurut Hansen dan Mowen (2013), biaya kualitas terdiri dari empat kategori biaya kualitas, yaitu:

1. Biaya Pencegahan (*prevention cost*)

Biaya Pencegahan (*prevention cost*) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mencegah kualitas yang buruk pada produk atau jasa yang dihasilkan. Dengan demikian, semakin banya biaya pencegahan yang dikeluarkan, maka jumlah produk cacat yang dihasilkan akan berkurang dan biaya kegagalan akan semakin kecil. Contoh dari biaya pencegahan, yaitu program pelatihan kualitas, pelaporan kualitas, perencanaan kualitas, perawatan peralatan, pemilihan dan evaluasi pemasok, audit kualitas, peninjauan desain, dan uji lapangan.

2. Biaya Penilaian (*appraisal cost*)

Biaya Penilaian (*appraisal cost*) terjadi untuk menentukan apakah produk dan jasa telah sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan konsumen. Tujuan dari fungsi penilaian yaitu untuk menghindari terjadinya kesalahan maupun kerusakan produk sampai ke tangan konsumen. Contoh biaya ini yaitu biaya pemeriksaan dan pengujian bahan baku, pemeriksaan kemasan, pengawasan kegiatan penilaian, penerimaan produk, dan penerimaan proses. Dari dua istilah penerimaan produk dan penerimaan proses membutuhkan penjelasan sebagai berikut:

- a. Penerimaan produk (*product acceptance*) meliputi pengambilan sampel dari *batch* barang jadi untuk dapat menentukan apakah telah memenuhi dengan standar kualitasnya, jika memenuhi maka produk diterima.
- b. Penerimaan proses (*process acceptance*) meliputi penarikan sampel produk dalam proses untuk mengetahui apakah prosesnya berada dalam kendali dan memproduksi produk tanpa adanya kecacatan, jika tidak maka proses akan dihentikan dan menunggu sampai dilakukannya tindakan perbaikan.

Tujuan dari fungsi penilaian yaitu mencegah adanya produk cacat yang sampai ke tangan konsumen.

3. Biaya Kegagalan Internal (*internal failure cost*)

Biaya Kegagalan Internal (*internal failure cost*) terjadi karena produk maupun jasa yang dihasilkan tidak memenuhi harapan atau kebutuhan konsumen. Ketidaksesuaian ini dideteksi sebelum sampai ke tangan konsumen atau pihak luar. Contoh dari biaya kegagalan internal yaitu sisa-sisa bahan, pengerjaan ulang, penghentian mesin (terjadi karena ada produk yang cacat), pengujian ulang, pemeriksaan ulang, dan perubahan desain. Biaya tersebut tidak akan terjadi jika tidak terdapat produk cacat.

4. Biaya Kegagalan Eksternal (*external failure cost*)

Biaya Kegagalan Eksternal (*external failure cost*) terjadi karena produk dan jasa yang dihasilkan tidak memenuhi harapan konsumen setelah produk sampai ke tangan pelanggan. Kategori biaya ini dapat sangat merugikan dari semua biaya kualitas. Contohnya biaya kehilangan penjualan karena kinerja produk yang buruk, retur dan potongan penjualan karena kualitas yang buruk, biaya garansi, perbaikan, ketidakpuasan pelanggan, hilangnya pangsa pasar,.

Hubungan dari ke empat kategori biaya kualitas tersebut saling berkaitan. Apabila berkurangnya biaya kegagalan eksternal maka terjadi peningkatan kegiatan penilaian dan pencegahan. Sebaliknya, jika biaya kegagalan internal berkurang maka meningkatnya kegiatan pencegahan, tetapi biaya ini akan bertambah apabila meningkatnya penilaian karena adanya produk cacat yang ditemukan.

2.2.3. Pengukuran Biaya Kualitas

Menurut Gaspersz (2005), perusahaan dalam mengukur dan menganalisis biaya kualitas sebagai indikator keberhasilan dalam perbaikan kualitas yang dihubungkan dengan ukuran biaya-biaya lain, yaitu:

1. Biaya kualitas dibandingkan nilai penjualan, semakin rendah nilai penjualan maka menunjukkan perbaikan kualitas yang semakin bagus.
2. Biaya kualitas dibandingkan keuntungan, jika semakin rendah nilai ini dianggap program perbaikan kualitas tersebut sukses.

3. Biaya kualitas dibandingkan dengan harga pokok penjualan, diukur dengan berdasarkan persentase total biaya kualitas dengan nilai harga pokok penjualan, dimana semakin rendah nilai tersebut maka menunjukkan program perbaikan kualitas semakin baik.

Dari segi akuntansi, Hansen dan Mowen (2013) menjelaskan bahwa terdapat dua tipe dalam pengukuran biaya kualitas, sebagai berikut:

1. Biaya kualitas yang bisa diamati (*Observable Quality Cost*)

Merupakan biaya yang tersedia atau dapat diperoleh dari catatan akuntansi perusahaan. Termasuk dalam kelompok ini yaitu biaya pencegahan, penilaian, kegagalan internal dan kegagalan eksternal.

2. Biaya kualitas tersembunyi (*Hidden Quality Cost*)

Biaya oportunitas yang terjadi karena terjadi kualitas yang buruk. Biaya tersebut tidak disajikan atau dicatat dalam catatan akuntansi perusahaan. Contoh biaya tersembunyi berada dalam kategori kegagalan yaitu kehilangan penjualan, *complain* pelanggan, dan kehilangan pangsa pasar.

2.2.4. Laporan Biaya Kualitas

Menurut Hansen dan Mowen (2013) sebuah laporan biaya kualitas terdiri atas empat kategori biaya yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal yang akan dihubungkan ke dalam bentuk persentase dari pendapatan penjualan. Berikut merupakan contoh dari laporan biaya kualitas dapat dilihat pada tabel 2.1 (halaman berikutnya):

Tabel 2.1
Contoh Laporan Biaya Kualitas

Ladd Lighting Corporation Laporan Biaya Kualitas Untuk Tahun yang berakhir 31 Maret 2020			
	Biaya Kualitas (Rp)		Persentase dari Penjualan (%)
Biaya Pencegahan: Pelatihan Kualitas Rekayasa Keandalan Total Biaya Pencegahan	Rp. 350.000 <u>Rp. 800.000</u>	Rp. 1.150.000	5,18%
Biaya Penilaian: Pemeriksaan Bahan Baku Penerimaan Produk Penerimaan Proses Total Biaya Penilaian	Rp. 200.000 Rp. 100.000 <u>Rp. 380.000</u>	Rp. 680.000	3,06%
Biaya Kegagalan Internal Sisa Bahan Pengerjaan Ulang Total Biaya Kegagalan Internal	Rp. 500.000 <u>Rp. 350.000</u>	Rp. 850.000	3,82%
Biaya Kegagalan Eksternal Keluhan Pelanggan Garansi Perbaikan Total Biaya Kegagalan Eksternal	Rp. 250.000 Rp. 250.000 <u>Rp. 150.000</u>	<u>Rp.650.000</u>	<u>2,93%</u>
Total Biaya Kualitas		Rp. 3.330.000	14,90%
Keterangan: *Penjualan Aktual = Rp. 22.200.000 ^a Persentase biaya kualitas dari penjualan = $\text{Rp. 3.330.000} / \text{Rp. 22.200.000} = 15\%$ (perbedaan disebabkan oleh pembulatan)			

Sumber : Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen. Akuntansi Manajerial Edisi 8 (Jakarta Selatan : Salemba Empat) hal 277. (Diterjemahkan oleh Deny Arnos Kwary).

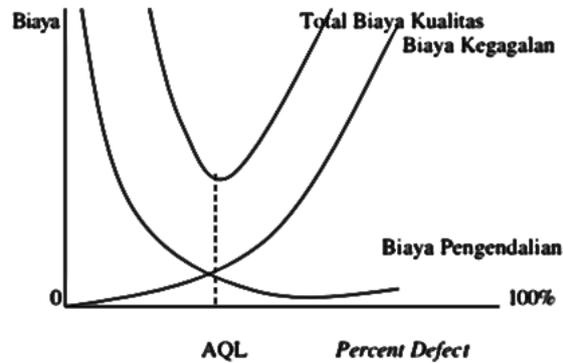
2.2.5. Distribusi Optimal dari Biaya Kualitas

Menurut Hansen dan Mowen (2013), dalam distribusi biaya kualitas terdapat 2 (dua) pandangan mengenai tentang biaya kualitas yaitu sebagai berikut:

1. Pandangan Tradisional (Pandangan Kualitas yang Dapat Diterima)

Pada pendekatan kualitas yang dapat diterima, diasumsikan bahwa perbandingan terbalik antara biaya pengendalian dan biaya kegagalan. Jika biaya pengendalian meningkat maka akan diperoleh penurunan biaya kegagalan. Sepanjang penurunan biaya kegagalan lebih besar daripada kenaikan biaya pengendalian, maka perusahaan seharusnya tetap melakukan peningkatan dalam usahanya dalam mencegah atau mendeteksi unit-unit yang tidak sesuai kualitasnya. Sampai pada akhirnya, mencapai suatu titik di mana kenaikan tambahan biaya dalam upaya tersebut menimbulkan biaya yang lebih besar daripada penurunan biaya kegagalan. Berikut merupakan pandangan tradisional distribusi biaya kualitas dapat dilihat pada gambar 2.1 (halaman berikutnya):

Gambar 2.1
Pandangan Tradisional Distribusi Biaya Kualitas

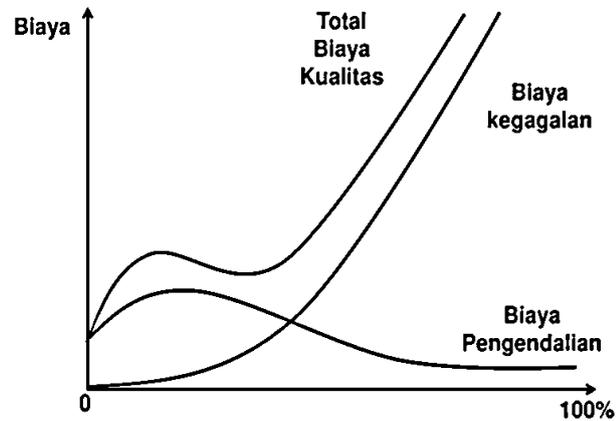


Sumber: Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen. Akuntansi Manajerial Edisi 8 (Jakarta Selatan: Salemba Empat) hal 277. (Diterjemahkan oleh Deny Arnos Kwary).

2. Pandangan Kontemporer

Bagi perusahaan persaingan yang ada saat ini sangat kompetitif dan menjadikan kualitas sebagai keunggulan daya saing yang sangat penting. Inti dari pandangan ini yaitu untuk mendapatkan manfaat biaya maka tidak diperbolehkan terjadinya produk yang spesifikasinya tidak sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Jika terjadi tingginya penyimpangan dalam kualitas akan meningkatkan kerugian yang terjadi. Oleh karena itu, dalam pandangan ini tingkat optimal dari kualitas akan terjadi pada kondisi cacat nol (*zero defect*) di mana total biaya kualitas terendah dicapai pada saat tidak terjadi cacat. Berikut merupakan pandangan tradisional distribusi biaya kualitas dapat dilihat pada gambar 2.2 (halaman berikutnya):

Gambar 2.2
Pandangan Kontemporer Distribusi Biaya Kualitas



Persentase Produk Cacat

Sumber: Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen. Akuntansi Manajerial Edisi 8 (Jakarta Selatan: Salemba Empat) hal 281. (Diterjemahkan oleh Deny Arnos Kwary).

Gambar 2.2 memperlihatkan perubahan dalam hubungan biaya kualitas. Meskipun dalam grafik tersebut menunjukkan fungsi total biaya kualitas konsisten dengan hubungan biaya kualitas yang diuraikan, ada beberapa perbedaan yang utama. Pertama yaitu biaya pengendalian tidak meningkat tanpa batas ketika mendekati kondisi tanpa cacat. Kedua, biaya pengendalian dapat naik, selanjutnya turun ketika mendekati kondisi tanpa cacat. Ketiga, biaya kegagalan dapat ditekan menjadi nol.

2.2.6. Penggunaan Informasi Biaya Kualitas

Pelaporan biaya kualitas bertujuan agar mempermudah dan memperbaiki perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan manjerial. Selanjutnya penggunaan informasi biaya kualitas digunakan dalam pengambilan keputusan-

keputusan implementasi program kualitas dan digunakan untuk mengevaluasi efektivitas program tersebut setelah diimplementasikan, merupakan salah satu potensi penggunaan dari sistem biaya kualitas (Hansen dan Mowen, 2013). Laporan biaya kualitas memiliki beberapa manfaat yaitu membantu manajer dalam melihat signifikansi keuangan, mengidentifikasi kepentingan relatif dari masalah kualitas yang sedang dihadapi oleh suatu perusahaan, dan membantu manajer dalam melihat atau menelusuri apakah biaya kualitas dapat terdistribusi dengan baik (Garrison, Noreen dan Brewer, 2009).

2.2.7. Efektivitas Biaya Kualitas

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia efektivitas berasal dari kata efektif yang dapat diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Efektivitas merupakan salah satu pencapaian yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan. Ravianto (2014) mendefinisikan efektivitas sebagai seberapa baik suatu pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana seseorang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan sesuai yang direncanakan, baik dalam waktu, biaya, maupun kualitasnya maka dapat dikatakan efektif. Dalam hal ini, disimpulkan bahwa efektivitas sebagai pencapaian yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan yaitu melakukan pengendalian biaya kualitas untuk bisa mencapai biaya kualitas yang efektif. Biaya kualitas yang efektif jika peningkatan biaya pengendalian diikuti dengan penurunan biaya kegagalan, dan peningkatan biaya kegagalan lebih kecil daripada penurunan biaya pengendalian (Supriyono, 2011).