

BAB II

BIAYA KUALITAS

2.1 Kuallitas

2.1.1 Pengertian Kualitas

Kualitas mempunyai berbagai definisi. Kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia daring ("Kualitas". KBBI Daring , 2021). Thomas Foster mendefinisikan kualiiitas sebagai produk atau jasa yang berfungsi sesuai dengan tujuan pembuatannya tanpa adanya kesalahan dan kerusakan selama waktu pakai yang sudah ditentukan (Foster, 2017, p. 61). Kualitas juga dapat diartikan sebagai kepuasan pelanggan. Namun, kepuasan pelanggan bermakna luas sehingga membutuhkan definisi yang memiliki makna operasional. Secara operasional, Hansen dan Mowen berpendapat bahwa produk yang berkualitas adalah produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan mampu untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Hansen & Mowen, *Managerial Accounting* : Jil. 2, 8th ed. (Deny Arnos Kwary, Terjemahan), 2009, p. 269). Berdasarkan berbagai definisi mengenai kualitas yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah produk atau jasa yang dapat memenuhi dan memuaskan harapan pelanggan.

2.1.2 Jenis Kualitas

Definisi kualitas yang merujuk pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan, akan dapat membagi kualitas ke dalam dua jenis menurut Edward J. Blocher dan David E Stout (Blocher, Stout, Juras, & Cokins, 2016, p. 697), di antaranya :

A. Kualitas Rancangan / *Design Quality*

Kualitas rancangan merupakan dasar dari seluruh kualitas produk atau jasa. Rancangan produk atau jasa yang berkualitas selalu mengikuti pada harapan pelanggan akan karakteristik, bagian penyusun atau fungsi produk atau jasa yang digunakan. Rancangan produk atau jasa yang gagal memenuhi harapan pelanggan akan menghasilkan biaya kegagalan kualitas rancangan bagi perusahaan.

B. Kualitas Kinerja / *Performance Quality*

Kualitas kinerja adalah ukuran perbedaan antara spesifikasi suatu produk atau jasa dengan kinerja produk sesungguhnya di tangan pelanggan. Kinerja dari produk atau jasa harus sesuai dengan spesifikasi rancangannya agar mampu memberikan kualitas yang maksimal. Jika kualitas kinerja produk atau jasa tidak memenuhi harapan pelanggan maka produk atau jasa harus dievaluasi dan akan berdampak pada rancangan produk atau jasa perusahaan.

2.1.3 Dimensi Kualitas

Menurut Hansen dan Mowen, harapan pelanggan dapat dikelompokkan berdasarkan atribut kualitas atau dimensi kualitas (Hansen & Mowen, *Managerial Accounting* : Jil. 2, 8th ed. (Deny Arnos Kwary, Terjemahan), 2009, pp. 269 - 270). Perencanaan dan analisis strategis perusahaan dapat didasarkan atas delapan dimensi kualitas ini. Dimensi kualitas tersebut di antaranya :

A. Kinerja / *Performance*

Kinerja merupakan konsistensi dan tingkat kemampuan produk atau jasa dalam menjalankan fungsinya. Pada industri jasa berlaku prinsip tidak terpisahkan/*inseparability principle*. Prinsip tidak terpisahkan berarti jasa yang ditawarkan oleh perusahaan hanya dapat diberikan secara langsung di depan pelanggan sehingga tidak ada perantara. Berdasarkan prinsip ini maka, dimensi kinerja pada industri jasa diartikan juga sebagai dimensi daya tanggap, kepastian, dan empati.

B. Estetika / *Aesthetics*

Dimensi estetika berfokus pada penampilan produk, fasilitas, peralatan, pegawai, cara berkomunikasi dengan pelanggan, dan keindahan serta gaya produk. Estetika dari produk atau jasa dapat membuat pelanggan menjadi sadar akan hadirnya produk atau jasa yang perusahaan berikan dan memunculkan rasa untuk ingin tahu lebih jauh.

C. Kemudahan Perawatan dan Perbaikan / *Serviceability*

Kemudahan perawatan dan perbaikan adalah dimensi yang berkaitan dengan kegiatan setelah penjualan produk. Semakin mudah suatu produk dirawat dan diperbaiki oleh pelanggan, maka pelanggan akan merasa semakin puas karena kenyamanan dan keamanan yang diberikan.

D. Fitur / *Features*

Fitur merupakan karakteristik produk atau jasa yang membedakannya dari produk atau jasa sejenis. Dimensi ini sangat dibutuhkan suatu produk atau jasa untuk mampu memenangkan persaingan dan menjadi yang terdepan. Pelanggan akan lebih memilih produk atau jasa dengan fitur terlengkap dan terbaik.

E. Keandalan / *Reliability*

Keandalan adalah kemampuan produk atau jasa untuk menjalankan fungsinya dalam jangka waktu tertentu. Keandalan menjadi salah satu pertimbangan pelanggan dalam memilih produk atau jasa. Pelanggan cenderung memilih produk yang dapat diandalkan untuk melakukan hal tertentu. Sedangkan pada industri jasa, pelanggan akan memilih jasa yang dapat diandalkan setiap saat dan di manapun.

F. Tahan Lama / *Durability*

Tahan lama merupakan jangka waktu atau umur manfaat dari fungsi produk. Ketahanan atau panjangnya umur manfaat suatu produk akan menentukan perlakuan dan penggunaan produk tersebut.

G. Kualitas Kesesuaian / *Quality of Conformance*

Kualitas kesesuaian adalah ukuran pemenuhan spesifikasi sebuah produk. Produk dapat dikatakan sesuai dengan spesifikasinya jika seluruh spesifikasi yang ada sudah lengkap dan tidak cacat.

H. Kecocokan Penggunaan / *Fitness for Use*

Produk yang telah dibuat harus sesuai dengan tujuan awal penggunaan dan dapat berfungsi seperti yang sudah ditawarkan kepada pelanggan. Jika produk tidak sesuai dengan fungsi yang ditawarkan maka produk atau jasa tersebut akan ditarik kembali dari pasar.

2.2 Biaya Kualitas

2.2.1 Pengertian dan Klasifikasi Biaya Kualitas

Biaya kualitas merupakan biaya yang muncul karena adanya kegiatan akibat kualitas produk atau jasa yang buruk telah terjadi (Hansen & Mowen, *Managerial Accounting* : Jil. 2, 8th ed. (Deny Arnos Kwary, Terjemahan), 2009, p. 272). Kualitas yang buruk dapat disebabkan karena sebuah produk atau jasa tidak dapat memenuhi atau melampaui spesifikasi desain rancangan dan harapan pelanggan.

Ketidak sesuaian dengan rancangan desain dan harapan pelanggan akan menimbulkan empat biaya kualitas di antaranya (Garrison, Noreen, & Brewer, 2021, p. 541):

A. Biaya Pencegahan / *Prevention Costs*

Biaya pencegahan ada untuk dapat mencegah adanya produk atau jasa yang berkualitas buruk. Biaya pencegahan dapat berupa biaya rekayasa kualitas, program pelatihan kualitas, perencanaan kualitas, prelaporan kualitas, pemilihan serta evaluasi pemasok, audit kualitas, siklus kualitas, uji lapangan, dan peninjauan desain.

B. Biaya Penilaian / *Appraisal Costs*

Biaya penilaian digunakan untuk mengidentifikasi adanya produk atau jasa yang telah sesuai harapan pelanggan dan spesifikasi atau belum. Biaya ini dapat mengurangi produk atau jasa yang buruk sampai ke pelanggan. Contoh biaya penilaian adalah biaya pemeriksaan serta pengujian bahan baku, pemeriksaan kemasan, pengawasan kegiatan penilaian, penerimaan produk, pemeriksaan serta pengujian alat pengukuran, dan pengesahan dari pihak luar.

C. Biaya Kegagalan Internal / *Internal Failure Costs*

Biaya kegagalan internal merupakan biaya yang dihasilkan oleh adanya produk atau jasa yang tidak sesuai dengan spesifikasi dan harapan pelanggan namun belum sampai ke tangan pelanggan. Biaya

kegagalan internal misalnya biaya akibat sisa bahan, pengerjaan ulang, penghentian mesin, pemeriksaan ulang, pengujian ulang, dan perubahan desain.

D. Biaya kegagalan Eksternal / *External Failure Costs*

Biaya kegagalan eksternal adalah biaya yang terjadi akibat produk atau jasa gagal memenuhi spesifikasi dan gagal memenuhi harapan pelanggan setelah produk atau jasa diterima oleh pelanggan. Biaya kegagalan eksternal adalah biaya yang paling merugikan, sebagai contoh biaya kehilangan penjualan, biaya garansi, biaya perbaikan, tanggung jawab hukum yang timbul, ketidakpuasan pelanggan, hilangnya pangsa pasar, dan biaya untuk mengatasi keluhan pelanggan.

2.2,2 Mengukur Biaya Kualitas

Biaya kualitas juga dapat dikategorikan sebagai berikut :

A. Biaya kualitas yang dapat diamati / *Observable Quality Costs*

Biaya kualitas yang dapat diamati merupakan biaya-biaya yang datanya dapat diperoleh dari catatan akuntansi perusahaan. Semua biaya kualitas dapat diamati dan seharusnya tersedia dalam catatan akuntansi perusahaan kecuali biaya kehilangan penjualan, biaya ketidakpuasan pelanggan, dan biaya kehilangan pangsa pasar.

B. Biaya kualitas yang tersembunyi./ *Hidden Quality Costs*

Biaya kualitas yang tersembunyi adalah biaya oportunitas atau biaya kesempatan yang terjadi akibat kualitas yang buruk dan biasanya tidak disajikan dalam catatan akuntansi perusahaan. Biaya kualitas yang tersembunyi berada pada kategori biaya kegagalan eksternal. Biaya kualitas yang tersembunyi bisa memiliki dampak yang signifikan sehingga harus dilakukan pengukuran. Mengukur biaya kualitas yang tersembunyi itu sulit dilakukan. Meskipun begitu, terdapat tiga metode yang dapat dilakukan untuk mengukur biaya kualitas tersembunyi yaitu :

1.) Metode Pengali / *Multiplier Method*

Di dalam metode pengali, total biaya kegagalan diasumsikan sebagai hasil dari pengalian dari biaya-biaya yang terukur yang telah ditentukan oleh perusahaan. Model perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total biaya kegagalan eksternal} = k (\text{Biaya kegagalan eksternal yang terukur})$$

Pada model perhitungan ini, k merupakan efek pengali. Nilai k dapat diperoleh berdasarkan pada pengalaman perusahaan. Contoh, Jaya Motor menentukan nilai dari k adalah di antara 4 dan 5. Jika biaya kegagalan eksternal yang terukur oleh Jaya Motor sebesar 1 juta rupiah, maka biaya kegagalan eksternal

aktual yang dialami mempunyai rentang nilai antara 4 sampai 5 juta rupiah. Pihak manajemen perusahaan dapat menggunakan metode ini untuk menentukan tingkat pengeluaran untuk pencegahan dan penilaian kualitas yang lebih akurat.

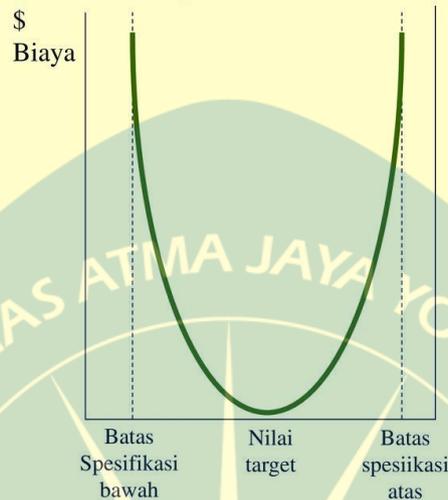
2.) Metode Penelitian Pasar / *Market Research Method*

Metode penilaian pasar dapat digunakan untuk menilai dampak kualitas yang buruk terhadap penjualan dan pangsa pasar. Metode ini menggunakan cara survei pelanggan dan wawancara dengan anggota tim penjualan perusahaan untuk mendapatkan pemahaman yang baik terhadap biaya tersembunyi perusahaan.

3.) Fungsi Kerugian Kualitas Taguchi / *Taguchi Quality Loss Function*

Definisi tanpa cacat tradisional mengasumsikan biaya kualitas yang tersembunyi hanya terjadi karena adanya penyimpangan produk atau jasa dari batas spesifikasi atas dan bawahnya. Fungsi kerugian Taguchi mengasumsikan setiap penyimpangan yang terjadi dapat mengakibatkan biaya kualitas tersembunyi.

Fungsi Kerugian Kualitas Taguchi ¹¹⁻¹⁵



Gambar 2.1 Fungsi Kerugian Kualitas Taguchi

2.2.3 Laporan Biaya Kualitas

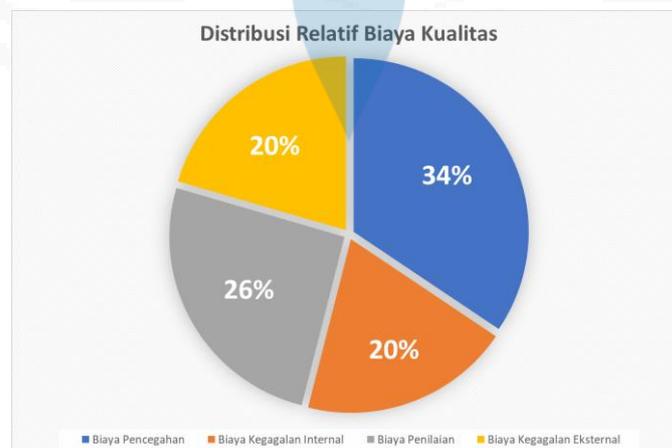
Adanya sistem pelaporan biaya kualitas menjadi penting untuk perusahaan yang ingin mengelola biaya kualitasnya dengan baik. Perusahaan dapat menilai biaya kualitas aktual yang terjadi, sebagai tahap pertama penyusunan laporan biaya kualitas. Setelah dinilai, biaya kualitas kemudian dicatat secara rinci dan dikelompokkan menurut kategorinya. Pengelompokkan berdasarkan kategori dapat memberi dua pandangan. Pihak manajemen perusahaan dapat menilai dampak dari besarnya biaya kualitas. Selain itu perusahaan dapat juga menetapkan prioritas untuk pengembangan rencana pengelolaan berdasarkan distribusi biaya di setiap kategori (Hansen & Mowen, 2007, p. 673). Hansen dan Mowen berpendapat bahwa dari sisi keuangan perusahaan, pentingnya biaya kualitas dapat dinilai lebih mudah dengan menampilkannya sebagai persentase dari penjualan sesungguhnya.

LAPORAN BIAYA KUALITAS

Biaya Pencegahan :		
• Pelatihan kualitas	xxx	
• Rekayasa keandalan	<u>xxx</u>	xxx
Biaya Penilaian:		
• Pemeriksaan bahan baku	xxx	
• Penerimaan produk	xxx	
• Penerimaan proses	<u>xxx</u>	xxx
Biaya kegagalan Internal:		
• Sisa bahan	xxx	
• Pengerjaan ulang	<u>xxx</u>	xxx
Biaya kegagalan eksternal :		
• Keluhan pelanggan	xxx	
• Garansi	xxx	
• Perbaikan	<u>xxx</u>	<u>xxx</u>
• Total biaya kualitas		<u>xxx</u>

Gambar 2.2 Contoh Laporan Biaya Kualitas

Pihak manajemen perusahaan dapat memperoleh tambahan informasi mengenai distribusi biaya kualitas dengan membuat bagan lingkaran/*pie chart*. Informasi distribusi yang tersedia dalam bagan lingkaran akan mempermudah pengelolaan biaya kualitas karena mampu melihat besaran porsi biaya tiap kategorinya.



Gambar 2.3 Distribusi Relatif Biaya Kualitas dalam Diagram Lingkaran / Pie Chart

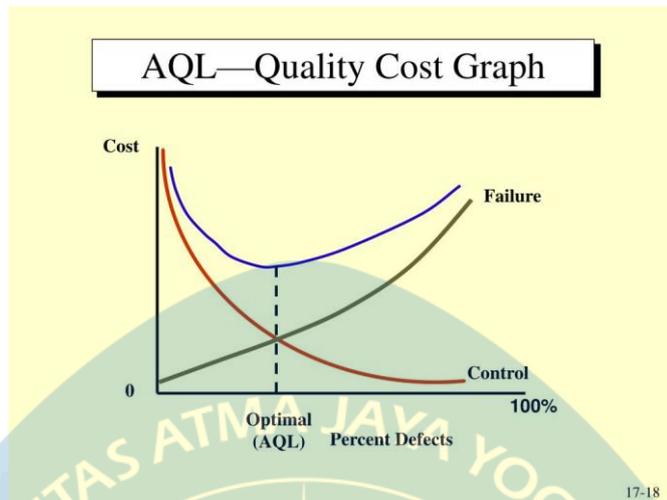
2.2.4 Fungsi Biaya Kualitas

Pihak manajemen perusahaan dapat menggunakan fungsi biaya kualitas untuk menilai tingkat kualitas yang optimal dan menetapkan jumlah yang seharusnya dikeluarkan sebagai biaya kualitas di setiap kategorinya (Hansen & Mowen, *Managerial Accounting* : Jil. 2, 8th ed. (Deny Arnos Kwary, Terjemahan), 2009, pp. 276-279). Terdapat dua pandangan mengenai fungsi biaya kualitas di antaranya:

:

A. Pandangan Kualitas yang Dapat Diterima / *Acceptable Quality View*

Pada pandangan kualitas yang dapat diterima, pihak manajemen perusahaan dapat mengasumsikan adanya perbandingan terbalik antara biaya pengendalian dan kegagalan. Perbandingan terbalik yang dimaksudkan ialah saat biaya pengendalian meningkat, maka biaya kegagalan menurun. Keseimbangan optimal antara biaya pengendalian dan biaya kegagalan dapat juga disebut sebagai *Acceptable Quality Level (AQL)*. *AQL* dapat memberikan informasi bahwa selama biaya kegagalan lebih besar penurunannya dibandingkan kenaikan biaya pengendalian, maka perusahaan harus tetap menyusun rencana untuk dapat mencegah dan mendeteksi kegiatan kualitas yang masih tidak sesuai. Tujuan akhirnya adalah mencapai titik saat kenaikan biaya pengendalian lebih besar daripada biaya kegalalan. Titik ini juga merupakan tingkat minimal dari total biaya kualitas.



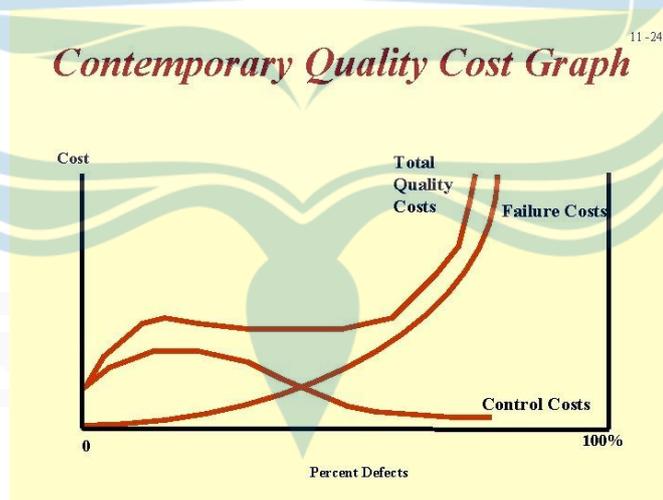
Gambar 2.4 Grafik Pandangan Kualitas yang Dapat Diterima

B. Pandangan Cacat Nol / *Zero-Defects View*

Pada pandangan kualitas yang dapat diterima, produk atau jasa dikatakan cacat bila kualitasnya tidak sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan. Sedangkan, menurut pandangan cacat nol, biaya kegagalan muncul jika ada produk atau jasa yang tidak sesuai spesifikasi. Selain itu, biaya kegagalan muncul saat adanya perbandingan terbalik yang optimal antara biaya kegagalan dan pengendalian. Jika pandangan kualitas dapat dinilai dengan lebih akurat, perusahaan dapat mengendalikannya dengan menurunkan jumlah produk atau jasa yang cacat seiring dengan menurunkan biaya kualitas.

Biaya kualitas mempunyai karakteristik yang dinamis. Persamaan pada pandangan kualitas yang awalnya tampak berbanding terbalik, dapat berubah menjadi pengurangan biaya secara permanen. Perubahan ini dimungkinkan karena adanya temuan tentang pertukaran antar kategori biaya kualitas dapat dikelola

secara lebih baik. Ketika perusahaan menambah biaya pencegahan dan penilaian sekaligus menurunkan biaya kegagalan, perusahaan dapat menyadari bahwa mereka juga dapat mengurangi biaya pencegahan dan penilaian di awal. Sebagai contoh, sebuah kedai kopi ingin memperbaiki kualitas bahan baku produk mereka dengan menyeleksi pemasok. Target dari program ini adalah mendapatkan pemasok yang mampu untuk menyediakan bahan baku dengan standar kualitas tertentu. Pada tahap awal seleksi biaya pencegahan dan penilaian dapat dianggarkan sama dengan anggaran sebelumnya. Di saat kedai sudah mendapat pemasok yang sesuai dan diikuti dengan kualitas produk yang membaik, maka pihak manajemen dapat memutuskan untuk mengurangi biaya pencegahan dan penilaiannya. Pandangan ini dapat dilihat dengan jelas dalam grafik biaya kualitas kontemporer.



Gambar 2.5 Grafik Biaya Kualitas Kontemporer

2.2.5 Analisis Tren

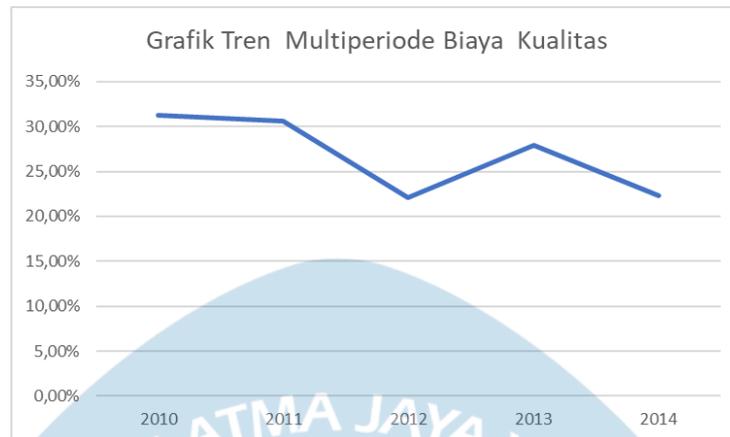
Jumlah dan distribusi biaya dalam empat kategori biaya kualitas dapat dilihat pada laporan biaya kualitas. Data jumlah dan distribusi ini akan menunjukkan

apakah biaya kualitas telah berkurang seperti rencana atau belum. Laporan kualitas tidak akan menunjukkan apakah perbaikan kualitas telah dilakukan atau belum, namun akan memperlihatkan gambaran keberhasilan program perbaikan kualitas yang telah dilakukan. Bagan atau grafik yang dapat membantu menunjukkan perubahan biaya kualitas dari waktu ke waktu adalah laporan tren kualitas multiperiode / *multiple-period quality trend report*. Grafik ini akan menggambarkan biaya kualitas sebagai persentase dari penjualan. Tahun / periode pertama yang digunakan adalah tahun sebelum program perbaikan kualitas dijalankan. Sebagai contoh, sebuah perusahaan mebel memiliki kondisi sebagai berikut :

Tabel 2.1 Contoh Tabel Data *Multiple-period Quality Trend*

	Biaya Kualitas	Penjualan Aktual	%
2010	Rp10.000.000,00	Rp32.000.000,00	31.25
2011	9.684.000,00	31.600.000,00	30.65
2012	9.482.000,00	42.900.000,00	22.10
2013	10.255.000,00	36.800.000,00	27.87
2014	8.769.000,00	39.300.000,00	22.31

Pada tabel ditunjukkan bahwa tahun 2010 sebagai tahun 0, tahun 2011 sebagai tahun 1 dan seterusnya. Biaya kualitas dan penjualan perusahaan mebel yang tersedia adalah data selama 5 tahun. Data yang ada pada tabel dapat diubah ke dalam grafik berikut :



Gambar 2.6 Grafik Tren Multiperiode Biaya Kualitas

Grafik tersebut memperlihatkan bahwa perusahaan telah berhasil mengurangi biaya kualitasnya sampai pada tahun 2012. Tetapi mengalami kenaikan di tahun 2013 dan kembali turun di tahun 2014. Potensi pengurangan biaya kualitas akan berdampak pada keputusan yang akan dibuat pihak manajemen. Manfaat dari informasi biaya kualitas dalam pengambilan keputusan dan perencanaan tidak dapat dipandang remeh.

2.2.6 Penggunaan Informasi Biaya Kualitas

Hansen dan Mowen berpendapat bahwa (Hansen & Mowen, *Managerial Accounting* : Jil. 2, 8th ed. (Deny Arnos Kwary, Terjemahan), 2009, p. 286) tujuan utama dari pelaporan biaya kualitas merupakan mempermudah dan memperbaiki perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan manajerial. Potensi lain yang dapat dimaksimalkan dari laporan biaya kualitas adalah penyusunan keputusan untuk membuat dan mengevaluasi efektifitas program kualitas di perusahaan. Pihak manajemen perusahaan juga dapat melihat pengaruh dari produk

atau jasa yang cacat dan membantu mengidentifikasi masalah kualitas mana yang perlu segera diperbaiki. Selain itu, laporan biaya kualitas mampu membantu pihak manajemen melihat efektifitas distribusi biaya kualitas perusahaannya.

Informasi biaya kualitas juga mempunyai tiga keterbatasan. Informasi biaya kualitas hanya mampu mengukur dan melaporkan besaran biaya kualitas yang ada di perusahaan. Informasi biaya kualitas mempunyai biaya yang sulit untuk diperkirakan dan informasi yang tersedia cenderung sudah tertinggal dari program kualitas yang akan dilaksanakan.

