

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kualitas**

##### **2.1.1 Pengertian Kualitas**

Menurut Hansen dan Mowen (2009:269), kualitas dapat didefinisikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan. Dalam konteks operasional, produk atau jasa yang berkualitas adalah yang memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Sementara itu, menurut Blocher, Stour, dan Cokins (2010:750), kualitas dapat didefinisikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa, yang melebihi harapan pelanggan berdasarkan kinerja nyata dari produk atau jasa tersebut. Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas merujuk pada kemampuan untuk memenuhi pelanggan dan memuaskan mereka.

##### **2.1.2 Jenis Kualitas**

Menurut Blocher, Stour, dan Cokins (2010:750), kualitas dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

1. Kualitas rancangan (*Design Quality*)

Kualitas rancangan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dengan rancangan suatu produk. Apabila suatu otot gagal memenuhi harapan tersebut, maka akan menghasilkan biaya kegagalan kualitas rancangan.

2. Kualitas kesesuaian (*Performance Quality*)

Suatu produk yang memenuhi atau melampaui spesifikasi design nya dan bebas dari cacat yang merusak penampilannya, disebut memiliki kualitas kesesuaian yang tinggi.

##### **2.1.3 Dimensi Kualitas**

Hansen dan Mowen mengembangkan delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan sebagai perencanaan strategis dan analisis. Dimensi-dimensi tersebut adalah (Hansen dan Mowen, 2009:269-270):

1. Kinerja (performance)

Kinerja merujuk pada sejauh mana produk menjalankan fungsi-fungsinya dengan konsistensi dan seberapa baik hal tersebut dilakukan. Dalam konteks jasa, prinsip ketidakterpisahan (inseparability principle) mengindikasikan bahwa layanan diberikan secara langsung kepada pelanggan. Oleh karena itu, dalam dimensi kinerja jasa, faktor-faktor yang menjadi pertimbangan meliputi responsivitas (responsiveness), kepastian (assurance), dan empati (empathy).

2. Estetika (aesthetics)

Estetika berhubungan dengan penampilan wujud produk (misalnya gaya dan keindahan) serta penampilan fasilitas, peralatan, pegawai dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa.

3. Kemudahan perawatan dan perbaikan (serviceability)

Kemudahan perawatan dan pemeliharaan berkaitan dengan sejauh mana produk dapat dengan mudah dirawat dan diperbaiki.

4. Fitur (features)

Karakteristik produk yang berbeda dari produk-produk sejenis yang fungsinya sama. Misalnya mobil berfungsi sebagai alat transportasi.

5. Keandalan (reliability)

Keandalan merujuk pada kemungkinan produk atau layanan beroperasi sesuai dengan tujuannya dalam periode waktu tertentu..

6. Tahan lama (durability)

Tahan lama didefinisikan sebagai periode waktu di mana produk dapat beroperasi dengan baik.

7. Kualitas kesesuaian (quality of conformance)

Kualitas kesesuaian adalah penilaian terhadap apakah produk telah memenuhi persyaratan atau spesifikasi yang ditetapkan.

8. Kecocokan penggunaan (fitness for use)

Kecocokan penggunaan adalah sejauh mana suatu produk dapat melakukan fungsi-fungsi seperti yang telah diiklankan.

## 2.2 Biaya Kualitas

### 2.2.1 Pengertian dan Klasifikasi Biaya Kualitas

Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer (2012:73), biaya kualitas adalah biaya yang dikeluarkan untuk mencegah produk cacat sebelum mencapai konsumen atau yang muncul sebagai hasil dari produk yang rusak. Sementara menurut Hansen dan Mowen (2009:272), biaya kualitas, yang juga dikenal sebagai biaya-biaya kualitas, adalah biaya-biaya yang timbul akibat adanya produk dengan mutu yang kurang baik. Berdasarkan definisi ini, biaya kualitas dapat dibagi menjadi empat kategori biaya kualitas, yang meliputi (Hansen dan Mowen, 2009:272-273):

#### 1. Biaya Pencegahan (*prevention costs*)

Biaya pencegahan terjadi untuk mencegah kualitas yang buruk pada produk atau jasa yang dihasilkan. Contoh biaya pencegahan adalah :

- a) Biaya rekayasa kualitas
- b) Program pelatihan kualitas
- c) Perencanaan kualitas
- d) Pelaporan kualitas
- e) Pemilihan dan evaluasi pemasok
- f) Audit kualitas
- g) Siklus kualitas
- h) Uji lapangan
- i) Peninjauan desain

#### 2. Biaya Penilaian (*appraisal costs*)

Biaya penilaian terjadi untuk menentukan apakah produk dan jasa telah sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan pelanggan. Contoh biaya ini adalah:

- a) Biaya pemeriksaan dan pengujian bahan baku
- b) Pemeriksaan kemasan
- c) Pengawasan kegiatan penilaian
- d) Penerimaan produk dan penerimaan proses (*product acceptance*)

Penerimaan produk meliputi pengambilan sampel dari batch barang jadi untuk menentukan apakah telah memenuhi standar kualitasnya; bila

memenuhi, produk diterima. Sedangkan penerimaan proses meliputi penarikan sampel barang dalam proses untuk mengetahui apakah prosesnya berada dalam kendali dan memproduksi barang tanpa cacat; bila tidak proses akan dihentikan dan menunggu sampai tindakan perbaikan dilakukan.

- e) Peralatan pengukuran (pemeriksaan dan pengujian)
- f) Pengesahan dari pihak luar

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

Biaya kegagalan internal terjadi karena produk dan jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi atau kebutuhan pelanggan. Contoh biaya kegagalan internal adalah:

- a) Sisa bahan
- b) Pengerjaan ulang
- c) Penghentian mesin (karena adanya produk yang cacat)
- d) Pemeriksaan ulang
- e) Pengujian ulang
- f) Perubahan desain

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

Biaya kegagalan eksternal terjadi karena produk dan jasa yang dihasilkan gagal memenuhi persyaratan atau tidak memuaskan kebutuhan pelanggan setelah produk; disampaikan kepada pelanggan. Dari semua biaya kualitas, kategori biaya ini dapat menjadi yang paling merugikan. Contoh biaya kegagalan eksternal adalah :

- a) Biaya kehilangan penjualan karena kinerja produk yang buruk serta retur dan potongan penjualan karena kualitas yang buruk
- b) Biaya garansi
- c) Biaya perbaikan
- d) Tanggung jawab hukum yang timbul
- e) Ketidakpuasan pelanggan
- f) Hilangnya pangsa pasar

g) Biaya untuk mengatasi keluhan pelanggan

### 2.2.2 Laporan Biaya Kualitas

Pentingnya biaya kualitas terhadap segi keuangan perusahaan dapat dinilai lebih mudah dengan menampilkan biaya biaya kualitas sebagai persentase dari penjualan sesungguhnya. Para manajer memiliki tanggung jawab dalam menilai tingkat kualitas optimal dan menetapkan jumlah relatif yang seharusnya dikeluarkan untuk setiap kategori (Hansen dan Mowen, 2009:276-277).

Berikut ini merupakan contoh ilustrasi dari laporan biaya kualitas:

**Tabel 2. 1 Laporan Biaya Kualitas**

Mango House Corporation Laporan Biaya Kualitas Untuk Tahun yang berakhir 28 Februari 2020			
	Biaya Kualitas (Rp)		Persentase dari Penjualan (%)
Biaya Pencegahan:			
Pelatihan Kualitas	400.000		
Rekayasa Keandalan	900.000		
		1.300.000	4,33
Biaya Penilaian:			
Pemeriksaan Bahan Baku	250.000		
Penerimaan Produk	200.000		
Penerimaan Proses	400.000		
		850.000	2,83
Biaya Kegagalan Internal:			
Sisa Bahan			
Pengerjaan Ulang	500.000		

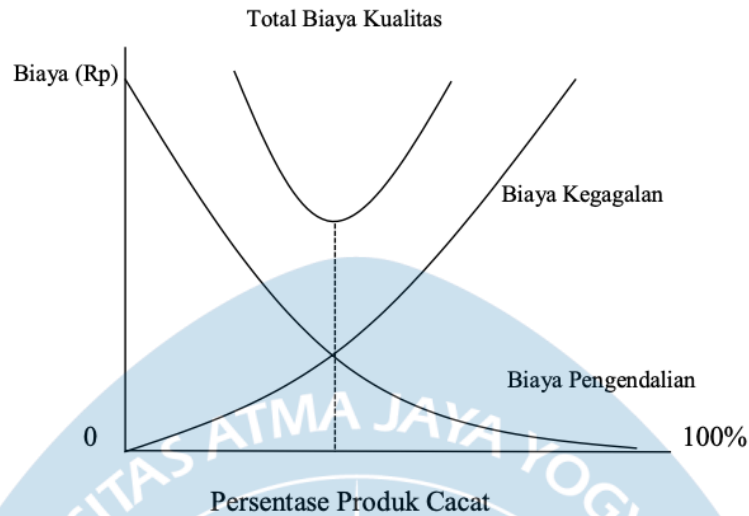
	350.000	850.000	2,83
Biaya Kegagalan Eksternal:	300.000		
Keluhan Pelanggan	300.000		
Garansi Perbaikan	200.000		
Total Biaya Kualitas		800.000	2,66
*Penjualan Aktual = 30.000.000		3.800.000	12,65

### 2.2.3 Distribusi Biaya Kualitas

Dalam hal ini, terdapat dua pandangan mengenai biaya kualitas yaitu (Hansen dan Mowen, 2009:277-281) :

a) Pandangan Tradisional (Pandangan Kualitas yang Dapat Diterima)

Pandangan kualitas yang dapat diterima mengasumsikan terdapat perbandingan terbalik antara biaya pengendalian dan biaya kegagalan. Ketika biaya pengendalian meningkat, biaya kegagalan seharusnya menurun. 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 dicapai suatu titik di mana kenaikan tambahan biaya dalam upaya tersebut menimbulkan biaya yang lebih besar daripada penurunan biaya kegagalan.

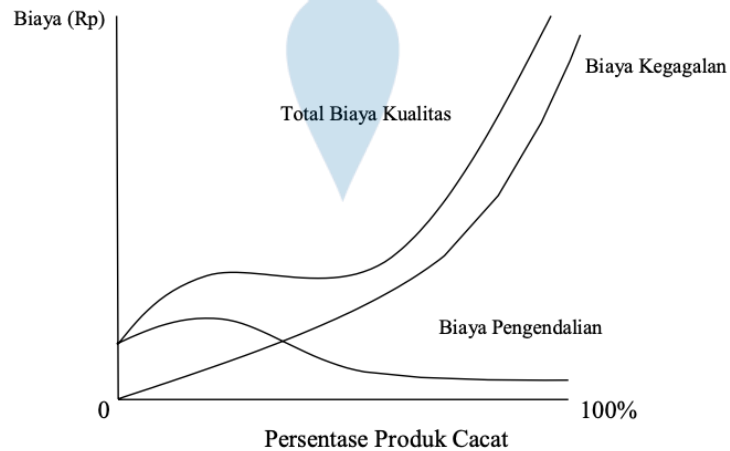


**Gambar 2. 1 Pandangan Tradisional Distribusi Biaya Kualitas**

Sumber: Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen. *Akuntansi Manajerial 8ed* (Jakarta Salemba Empat) hal 279. Diterjemahkan oleh Deny Arnos Kwary

b) Pandangan Kontemporer

Bagi perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan yang sangat kompetitif, kualitas dapat memberikan keunggulan kompetitif yang penting. Jika pandangan kualitas dinilai tepat, maka perusahaan dapat mengapitalisasinya dengan menurunkan jumlah unit cacat sekaligus menekan total biaya kualitas.



**Gambar 2. 2 Pandangan Kontemporer Distribusi Biaya Kualitas**

Sumber: Don R. hansen dan Maryanne M. Mowen. *Akuntansi Manajerial 83d* (Jakarta Salemba Empat) hal 281. Diterjemahkan oleh Deny Arnos Kwary

#### **2.2.4 Penggunaan Informasi Biaya Kualitas**

Tujuan utama pelaporan biaya kualitas adalah memperbaiki dan mempermudah perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan manajerial. Selanjutnya penggunaan informasi biaya kualitas adalah untuk keputusan-keputusan implementasi program kualitas dan untuk mengevaluasi efektivitas program tersebut setelah diimplementasikan merupakan salah satu potensi penggunaan dari sistem biaya kualitas. (Hansen dan Mowen, 2009:286).

Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer (2012:78), laporan biaya kualitas memiliki beberapa manfaat. Pertama, informasi biaya kualitas membantu manajer melihat signifikansi keuangan. Manajer biasanya tidak menyadari besarnya biaya kualitas mereka karena biasanya tidak dilacak dan diakumulasikan oleh sistem biaya. Kedua, informasi biaya kualitas membantu manajer mengidentifikasi kepentingan relatif dari masalah kualitas yang dihadapi oleh perusahaan mereka. Ketiga, informasi biaya kualitas membantu manajer melihat apakah biaya kualitasnya dapat terdistribusi dengan baik.