

BAB II

PENGENDALIAN BIAYA KUALITAS

II.1. Kualitas

II.1.1 Definisi Kualitas

Menurut Supriyono (1994:377) kualitas dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan. Jadi kualitas adalah ukuran relatif kebaikan. Sedangkan menurut Feigenbaum (1989:7) kualitas adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembikinan, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan-harapan pelanggan. Menurut Juran (1995), secara umum kualitas berarti keistimewaan produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan bebas dari defisiensi.

Menurut Tjiptono dan Diana (1996:3) terdapat beberapa kesamaan dari berbagai definisi kualitas yang dirumuskan dalam elemen-elemen berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas di masa mendatang).

Dari berbagai definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah suatu kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang sifatnya relatif.

II.1.2. Jenis-jenis Kualitas

Kualitas dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu (Supriyono, 1994:377):

1. Kualitas rancangan (*quality of design*)

Kualitas rancangan adalah suatu fungsi berbagai spesifikasi produk. Kualitas rancangan yang tinggi biasanya ditunjukkan oleh dua hal yaitu tingginya biaya pemanufakturan dan tingginya harga jual.

2. Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*)

Kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran mengenai bagaimana suatu produk memenuhi berbagai persyaratan atau spesifikasi. Jika produk memenuhi semua spesifikasi rancangan, produk tersebut cocok untuk digunakan.

Kualitas kesesuaian ini menerima tekanan yang lebih besar daripada kualitas rancangan karena ketidaksesuaian dalam memenuhi persyaratan dapat menimbulkan masalah bagi perusahaan.

II.1.3. Dimensi Kualitas

Garvin mengembangkan delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis terutama

untuk produk manufaktur. Dimensi-dimensi tersebut adalah (Tjiptono dan Diana, 1996: 27):

1. Kinerja (*performance*)

Kinerja adalah karakteristik operasi pokok dari proses inti.

2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*)

Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan adalah karakteristik sekunder atau pelengkap.

3. Keandalan (*reliability*)

Keandalan adalah kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)

Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

5. Daya tahan (*durability*)

Daya tahan berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

6. *Serviceability*

Serviceability meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi dan penanganan keluhan yang memuaskan.

7. Estetika

Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.

8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Kualitas yang dipersepsikan yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Kedelapan dimensi diatas merupakan dimensi yang lebih banyak digunakan dalam perusahaan manufaktur. Sementara dimensi yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas jasa diidentifikasi dalam lima kelompok oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman, yaitu (Tjiptono dan Diana 1996: 27-28):

1. Bukti langsung (*tangibles*)

Bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

5. Empati

Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

II.1.4. Unsur-unsur Kualitas

Sebuah produk yang unggul haruslah memiliki unsur-unsur kualitas sebagai berikut (Mizuno, 1994:6-7):

1. Harga yang wajar

Sebuah produk tidak perlu secara mutlak kualitasnya terbaik; yang terpenting adalah bahwa produk tersebut memenuhi tuntutan konsumen agar dapat dimanfaatkan dan selain sifat fisik, konsumen juga mencari harga yang wajar.

2. Ekonomi

Konsumen mencari sifat ekonomis seperti kebutuhan energi sekecil mungkin, kemungkinan rusak sesedikit mungkin, pemeliharaan dan biaya pengamanan sekecil mungkin, dan penggunaan yang luas.

3. Awet

Konsumen mengharapkan agar produk terbuat dari bahan yang awet dan tahan terhadap perubahan drastis sepanjang waktu.

4. Aman

Sebuah produk diharapkan aman untuk digunakan dan tidak membahayakan kehidupan atau anggota badan.

5. Mudah digunakan

Sebuah produk diharapkan dapat digunakan dengan segera, terus-menerus, tanpa kesulitan dan tanpa pelatihan khusus terlebih dahulu untuk menggunakannya.

6. Mudah dibuat

Produk harus terbuat dari bahan-bahan yang mudah diperoleh dan mudah disimpan.

7. Mudah dibuang

Pada masyarakat yang sangat padat populasinya, sebuah produk diharapkan dapat dibuang begitu saja di sembarang tempat tanpa mengganggu dan merugikan.

II.1.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas

Kualitas produk dan jasa secara langsung dipengaruhi dalam sembilan bidang dasar atau pada bidang yang dapat dianggap sebagai "9M". Menurut Feigenbaum (1989:54-56), sembilan bidang dasar tersebut adalah :

1. *Market*

Jumlah produk baru dan lebih baik yang ditawarkan di pasar terus bertumbuh pada laju yang eksplosif. Pasar menjadi lebih luas ruang lingkupnya dan bahkan secara fungsional lebih terspesialisasi di dalam barang dan jasa yang ditawarkan.

2. *Money*

Meningkatnya persaingan di dalam banyak bidang telah menurunkan batas (marjin) laba. Biaya-biaya kualitas yang dikaitkan dengan pemeliharaan dan perbaikan kualitas telah mencapai suatu tingkat yang sangat tinggi. Kenyataan ini telah memfokuskan perhatian manajer pada

bidang biaya kualitas sebagai salah satu dari “titik lunak” tempat biaya operasi dan kerugian dapat diturunkan untuk memperbaiki laba.

3. *Management*

Tanggung jawab kualitas telah didistribusikan antara beberapa kelompok khusus. Saat ini, seluruh bagian perusahaan memiliki tanggung jawab atas kualitas. Oleh sebab itu bagian kendali kualitas harus merencanakan pengukuran-pengukuran kualitas pada seluruh aliran proses yang akan menjamin bahwa hasil akhir akan memenuhi persyaratan-persyaratan kualitas.

4. *Men*

Spesialisasi telah menjadi penting karena bidang-bidang pengetahuan bertambah tidak hanya dalam jumlah tetapi juga luasnya. Meskipun spesialisasi mempunyai keuntungan, namun ada pula kerugiannya. Kerugian dari spesialisasi adalah memecah tanggung jawab kualitas produk ke dalam beberapa bagian.

5. *Motivation*

Meningkatnya kerumitan dalam membawa kualitas produk ke dalam pasar telah memperbesar makna kontribusi setiap karyawan terhadap kualitas. Hal ini membimbing ke arah kebutuhan yang tidak pernah ada sebelumnya, yaitu pendidikan kualitas dan komunikasi yang lebih baik tentang kesadaran kualitas.

6. *Materials*

Para ahli teknik memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat dibanding sebelumnya karena biaya produksi dan persyaratan kualitas. Akibatnya spesifikasi bahan menjadi lebih ketat dan keanekaragaman bahan menjadi lebih besar.

7. *Machines and Mechanization*

Permintaan perusahaan untuk mencapai biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah mendorong penggunaan mesin pabrik yang lebih rumit dan jauh lebih bergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan ke dalam mesin tersebut. Semakin besar usaha perusahaan untuk melakukan pemekanisan dan otomasi untuk mencapai penurunan biaya, kualitas yang baik menjadi semakin kritis, baik untuk membuat penurunan-penurunan ini menjadi nyata dan untuk meningkatkan pekerja dan pemakaian mesin hingga ke nilai yang memuaskan.

8. *Modern Information Methods*

Evolusi teknologi komputer yang cepat telah membuka kemungkinan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, dan memanipulasi informasi pada suatu skala yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya.

9. *Mounting Product Requirements*

Kemajuan yang pesat dalam kerumitan perancangan, yang memerlukan kendali yang jauh lebih ketat pada seluruh proses pembikinan, telah membuat "hal-hal kecil" yang sebelumnya terabaikan

menjadi penting secara potensial. Meningkatnya kerumitan dan persyaratan-persyaratan prestasi yang lebih tinggi bagi produk telah menekankan pentingnya keamanan dan keterandalan produk.

II.2. Biaya Kualitas

II.2.1. Pengertian dan Klasifikasi Biaya Kualitas

Kualitas adalah adalah suatu kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang sifatnya relatif. Untuk menghasilkan suatu kemampuan yang disyaratkan dalam kualitas maka dibutuhkan aktivitas-aktivitas kualitas. Aktivitas-aktivitas kualitas ini akan berdampak pada timbulnya biaya kualitas.

Biaya kualitas merupakan biaya yang besarnya melebihi biaya yang terjadi bila produk atau jasa dihasilkan benar sejak awal (Supriyono, 1994:42). Menurut Tjiptono dan Diana (1996:34), biaya kualitas adalah biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk. Sementara itu, pakar-pakar kualitas seperti Deming, Juran dan Crosby memiliki pandangan yang berbeda-beda pula. Deming berpendapat bahwa kualitas merupakan suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keseragaman dan ketergantungan pada biaya yang rendah dan sesuai dengan pasar. Juran berpendapat kualitas merupakan kemampuan untuk digunakan (*fitness for use*). Sedangkan bagi Crosby, kualitas adalah sesuai dengan persyaratan (Tjiptono dan Diana, 1996:61).

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, biaya kualitas dapat diklasifikasikan menjadi empat golongan yaitu (Tjiptono dan Diana, 1996:36-39) :

1. Biaya Pencegahan (*prevention cost*)

Biaya ini merupakan biaya yang terjadi untuk mencegah kerusakan produk yang dihasilkan. Biaya ini meliputi biaya yang berhubungan dengan perancangan, pelaksanaan dan pemeliharaan sistem kualitas.

Ada beberapa macam biaya yang termasuk dalam kelompok biaya pencegahan yaitu :

a. Teknik dan pencegahan kualitas

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan patokan rencana kualitas produk yang dihasilkan, rencana tentang kehandalan, rencana pemeriksaan, sistem data, dan rencana khusus dari jaminan kualitas.

b. Tinjauan produk baru

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk penyiapan usulan tawaran, penilaian rancangan baru dari segi kualitas, penyiapan program percobaan dan pengujian untuk menilai penampilan produk baru dan aktivitas-aktivitas kualitas lainnya selama tahap pengembangan dan pra produksi dari rancangan produk baru.

c. Rancangan proses atau produk

Biaya-biaya yang dikeluarkan pada waktu perancangan produk atau pemilihan proses produksi yang dimaksudkan untuk meningkatkan keseluruhan kualitas produk tersebut.

d. Pengendalian proses

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk teknik pengendalian proses, seperti grafik pengendalian yang memantau proses pembuatan dalam usaha mencapai kualitas produksi yang dikehendaki.

e. Pelatihan

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk pengembangan, penyiapan, pelaksanaan, penyelenggaraan dan pemeliharaan program latihan formal masalah kualitas.

f. Audit kualitas

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengevaluasi tindakan yang telah dilakukan terhadap rencana kualitas keseluruhan.

2. Biaya Deteksi/ Penilaian (*detection / appraisal cost*)

Biaya deteksi adalah biaya yang terjadi untuk menentukan apakah produk dan jasa sesuai dengan persyaratan-persyaratan kualitas. Tujuan utama fungsi deteksi ini adalah untuk menghindari terjadinya kesalahan dan kerusakan sepanjang proses perusahaan, misalnya mencegah pengiriman barang-barang yang tidak sesuai dengan persyaratan kepada pelanggan.

Yang termasuk dalam jenis biaya deteksi antara lain adalah :

a. Pemeriksaan dan pengujian bahan baku yang dibeli

Biaya ini merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memeriksa dan menguji kesesuaian bahan baku yang dibeli dengan kualifikasi yang tercantum dalam pesanan.

b. Pemeriksaan dan pengujian produk

Biaya ini meliputi biaya yang terjadi untuk meneliti kesesuaian hasil produksi dengan standar perusahaan, termasuk meneliti pengepakan dan pengiriman.

c. Pemeriksaan dan kualitas produk

Biaya ini meliputi biaya untuk melaksanakan pemeriksaan kualitas produk dalam proses maupun produk jadi.

d. Evaluasi persediaan

Biaya ini meliputi biaya yang terjadi untuk menguji produk di gudang, dengan tujuan untuk mendeteksi terjadinya penurunan kualitas produk.

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

Biaya kegagalan internal adalah biaya yang terjadi karena ada ketidaksesuaian dengan persyaratan dan terdeteksi sebelum barang atau jasa tersebut dikirimkan ke pihak luar (pelanggan).

Yang termasuk dalam biaya ini adalah :

a. Sisa bahan (*scrap*)

Biaya ini adalah kerugian yang ditimbulkan karena adanya sisa bahan baku yang tidak terpakai dalam upaya memenuhi tingkat kualitas yang dikehendaki. Bahan baku atau material yang tersisa karena alasan lain seperti keusangan, *overrun*, dan perubahan desain produk tidak termasuk dalam kategori biaya ini.

b. Pengerjaan ulang

Biaya ini meliputi biaya ekstra yang dikeluarkan untuk melakukan proses pengerjaan ulang agar dapat memenuhi standar kualitas yang disyaratkan.

c. Biaya untuk memperoleh material (bahan baku)

Biaya ini meliputi biaya-biaya tambahan yang timbul karena adanya aktivitas menangani penolakan (*rejects*) dan pengaduan (*complaints*) terhadap bahan baku yang dibeli.

d. *Factory contact engineering*

Biaya ini merupakan biaya yang berhubungan dengan waktu yang digunakan oleh para ahli produk atau produksi yang terlibat masalah-masalah produksi yang menyangkut kualitas.

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

Biaya kegagalan eksternal adalah biaya-biaya yang terjadi karena produk atau jasa gagal memenuhi persyaratan-persyaratan yang diketahui setelah produk tersebut dikirimkan kepada pelanggan. Biaya ini merupakan biaya

yang paling membahayakan karena dapat menyebabkan reputasi yang buruk, kehilangan pelanggan, dan penurunan pangsa pasar.

Biaya-biaya yang dapat dikategorikan sebagai biaya kegagalan eksternal adalah :

a. Biaya penanganan keluhan selama masa garansi

Biaya ini meliputi semua biaya yang ditimbulkan karena adanya keluhan-keluhan tertentu sehingga diperlukan pemeriksaan, reparasi, atau penggantian/ penukaran produk.

b. Biaya penanganan keluhan di luar masa garansi

Biaya ini merupakan biaya-biaya yang berkaitan dengan keluhan-keluhan yang timbul setelah berlalunya masa garansi.

c. Pelayanan (*service*) produk

Biaya ini adalah keseluruhan biaya *service* produk yang diakibatkan oleh usaha untuk memperbaiki ketidaksempurnaan atau untuk pengujian khusus, atau untuk memperbaiki cacat yang bukan disebabkan oleh adanya keluhan pelanggan. Biaya jasa instalasi atau kontrak pemeliharaan tidak termasuk dalam kategori biaya ini.

d. *Product liability*

Biaya ini merupakan biaya yang timbul sehubungan dengan jaminan atau pertanggungjawaban atas kegagalan memenuhi standar kualitas (*quality failures*).

e. Biaya penarikan kembali produk

Biaya ini timbul karena adanya penarikan kembali suatu produk atau komponen produk tertentu.

II.2.2. Informasi Biaya Kualitas

Sistem pelaporan biaya kualitas sangat penting peranannya bagi suatu organisasi apabila organisasi tersebut ingin meningkatkan kualitas dan pengendalian biaya kualitasnya. Langkah pertama dalam membuat sistem ini adalah dengan membuat daftar terinci dari biaya-biaya kualitas yang sesungguhnya terjadi. Daftar tersebut menunjukkan distribusi biaya kualitas setiap kelompok sehingga memungkinkan para manajer untuk menaksir biaya relatif setiap kelompok (Hansen dan Mowen, 1997: 440)

Informasi biaya kualitas berguna untuk (Tjiptono dan Diana, 1996: 40-41):

1. Mengidentifikasi peluang laba (penghematan biaya dapat meningkatkan laba)
2. Mengambil keputusan *capital budgeting* dan keputusan investasi lainnya
3. Menekan biaya pembelian dan biaya yang berkaitan dengan pemasok
4. Mengidentifikasi pemborosan dalam aktivitas yang tidak dikehendaki para pelanggan.
5. Mengidentifikasi sistem yang berlebihan
6. Menentukan apakah biaya-biaya kualitas telah didistribusikan secara tepat.

7. Penentuan tujuan dalam anggaran dan perencanaan laba
8. Mengidentifikasi masalah-masalah kualitas
9. Dijadikan sebagai ukuran penilaian kinerja yang objektif.

II.2.3. Laporan Biaya Kualitas

Signifikansi keuangan dari biaya kualitas dapat ditaksir dengan relatif mudah dengan menggambarkan biaya-biaya tersebut dalam bentuk persentase dari penjualan sesungguhnya. Tentunya para manajer bertanggung jawab untuk menilai tingkat optimum kualitas dan untuk menentukan jumlah relatif yang harus dikeluarkan untuk setiap kelompok tersebut.

Tabel 2.1
Laporan Biaya Kualitas

Jensen Products Quality Cost Report For The Year Ended March 31, 1998			Percentage of Sales*
Quality Cost			
Prevention Cost			
Quality training	\$35,000		
Reliability engineering	\$80,000	\$115,000	4.11
Appraisal Cost			
Material inspection	\$20,000		
Products acceptance	\$10,000		
Process acceptance	\$38,000	\$68,000	2.43
Internal Failure Cost			
Scrap	\$50,000		
Rework	\$35,000	\$85,000	3.04
External Failure Cost			
Customer complaints	\$25,000		
Warranty	\$25,000		
Repair	\$15,000	\$65,000	2.32
Total Quality Cost		\$333,000	11.90**
* Actual sales of \$2,800,000			
** $\$333,000 : \$2,800,000 = 11.89$ percent; difference is rounding error			

Sumber : Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen. *Management Accounting*

4ed (South Western Collage Publishing : 1997), hal 442

II.2.4. Pengendalian Biaya Kualitas

Dalam pengendalian biaya kualitas, pemilihan standar kualitas yang dapat digunakan dua pendekatan yaitu (Supriyono, 1994:895-898):

1. Pendekatan Tradisional

Dalam pendekatan tradisional, standar kualitas yang dianggap tepat adalah tingkat kualitas yang dapat diterima (*acceptable quality level*, AQL). AQL Merupakan standar kualitas sederhana yang mengizinkan kemungkinan terjadinya sejumlah tertentu produk rusak yang akan diproduksi dan dijual.

2. Pendekatan Kerusakan Nol

Para pakar kualitas menyatakan agar ditentukan standar yang lebih masuk akal untuk menghasilkan produk sesuai dengan yang diinginkan. Standar tersebut seringkali dinamakan sebagai konsep kerusakan nol. Kerusakan nol adalah standar kinerja yang mengharuskan produk dan jasa yang diproduksi dan dijual sesuai dengan persyaratan-persyaratan.

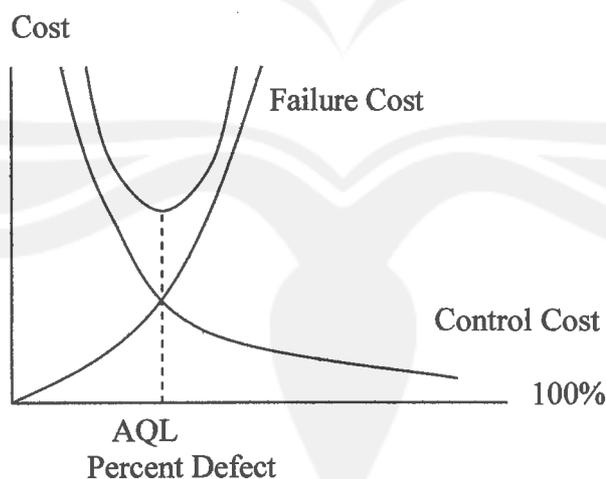
Kerusakan dapat disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan perhatian. Kurangnya pengetahuan dapat diatasi dengan pelatihan yang baik, kurangnya pengetahuan dapat diatasi dengan kepemimpinan yang lebih efektif.

II.2.5. Distribusi Biaya Kualitas

Dalam hal ini terdapat dua pandangan mengenai biaya kualitas yang optimal yaitu (Hansen dan Mowen, 1997:441-442) :

1. Pandangan Tradisional

Pandangan tradisional mengasumsikan bahwa ada *trade off* antara biaya pengendalian dengan biaya kegagalan. Apabila biaya pengendalian meningkat, biaya kegagalan akan menurun. Selama penurunan biaya kegagalan lebih besar daripada peningkatan biaya pengendalian, perusahaan harus terus meningkatkan usahanya untuk mendeteksi produk yang tidak sesuai. Pada akhirnya, suatu titik akan dicapai yang menunjukkan keseimbangan antara peningkatan biaya pencegahan dengan biaya kegagalan.



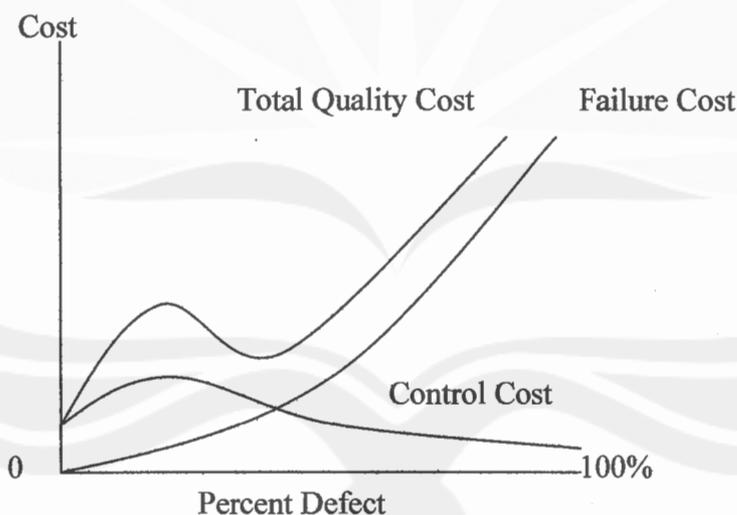
Gambar 2.1

Pandangan Tradisional Distribusi Biaya Kualitas Optimal

Sumber : Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen. *Management Accounting* 4ed (South Western Collage Publishing : 1997), hal 444

2. Pandangan Kontemporer

Bagi perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan yang kompetitif, kualitas dapat menawarkan suatu keunggulan daya saing yang penting. Oleh sebab itu muncul suatu pandangan yang dapat menurunkan tingkat produk rusak sampai dengan nol yang disebut dengan pandangan kontemporer. Jika pandangan kontemporer mengenai kualitas dinilai tepat, maka perusahaan dapat menurunkan jumlah produk rusak dan sekaligus secara simultan mengurangi biaya kualitas total mereka. Tingkat optimal biaya kualitas akan terjadi jika tidak ada produk rusak.



Gambar 2.2

Pandangan Kontemporer Distribusi Biaya Kualitas Optimal

Sumber : Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen. *Management Accounting* 4ed (South Western Collage Publishing : 1997), hal 442

II.3. Pengendalian Kualitas pada Perusahaan Jasa

Perusahaan jasa adalah perusahaan yang menyediakan kebutuhan konsumen dengan memproduksi produk yang tak berwujud. Contoh dari perusahaan jasa adalah perbankan, asuransi, perawatan kesehatan, pendidikan, hotel dan restoran. Hal yang perlu dicermati dari perusahaan jasa adalah harga seringkali merupakan prioritas yang kedua. Misalnya saja konsumen akan memilih restoran yang baik karena pelayanan dan kualitas makanannya (Stebbing,1993:19-20). Maka dapat disimpulkan bahwa hal yang terpenting dalam perusahaan jasa adalah kualitas.

Hal terpenting dalam perusahaan jasa adalah kualitas dan untuk menghasilkan kualitas dibutuhkan aktivitas-aktivitas kualitas. Aktivitas kualitas harus dikendalikan karena menunjukkan efektivitas organisasi dan pada akhirnya akan berdampak pada biaya. Hal inilah yang menjadi sebab perlunya sistem manajemen yang efektif dalam mengelola kualitas. Menurut Stebbing (1993:55), terdapat 10 elemen dasar dari sistem manajemen kualitas, yaitu:

1. Tanggung jawab manajemen (organisasi)
2. Sistem kualitas (instruksi kerja)
3. *Contract review*
4. Pengendalian dokumentasi
5. Pembelian
6. Pengendalian pada produk yang tidak sesuai
7. Tindakan korektif
8. Pencatatan

9. Audit kualitas internal

10. Pelatihan

Bagi perusahaan, kesadaran akan sistem manajemen kualitas sangat penting karena dapat mengurangi adanya produk atau jasa yang tidak sesuai dengan spesifikasi, keluhan konsumen dan kehilangan pangsa pasar. Bagi konsumen, kesadaran akan pentingnya sistem manajemen kualitas akan mengurangi resiko yang berhubungan dengan keamanan dan kesehatan masyarakat, ketidakpuasan dengan produk atau jasa, tuntutan selama masa garansi, dan kehilangan kepercayaan. Oleh sebab itulah maka sistem manajemen kualitas harus bermanfaat baik bagi konsumen maupun bagi perusahaan.