

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Hansen dan Mowen (2001 : 683), mengemukakan bahwa:

“Quality is the totality of features and a characteristic of a product made or a service performed according to specifications, to satisfy customers at the time of purchase and during use.”

Dari definisi tersebut, maka menurut mereka produk yang berkualitas adalah produk yang keseluruhan bentuk dan karakteristiknya memenuhi spesifikasi dan kepuasan pelanggan pada saat dibeli dan digunakan. Kualitas merupakan ukuran relatif dari kebaikan. Secara operasional, produk atau jasa yang berkualitas adalah yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Harapan pelanggan ini dapat digambarkan melalui dimensi kualitas. Jadi produk atau jasa yang berkualitas adalah yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam 8 dimensi, yaitu:

- Kinerja (*performance*) : mengacu pada konsistensi dan seberapa baik fungsi-fungsi sebuah produk. Dalam perusahaan jasa, prinsip tidak terpisahkan (*inseparability principle*) mengandung arti bahwa jasa dilakukan secara langsung di hadapan pelanggan. Jadi dimensi kinerja untuk perusahaan jasa dapat didefinisikan sebagai atribut daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang konsisten bersifat segera; kepastian (*assurance*),

mengacu kepada pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan mereka membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan; empati (*empathy*), berarti peduli dan memberikan perhatian individual terhadap pelanggan.

- Estetika (*aesthetics*) : mengacu pada penampilan wujud produk. Misalnya gaya, keindahan, serta penampilan fasilitas, peralatan, pegawai yang berkaitan dengan jasa.
- Kemudahan perawatan dan perbaikan (*serviceability*) : berkaitan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk.
- Fitur (*features*) : karakteristik produk yang berbeda dari produk-produk sejenis yang fungsinya sama.
- Keandalan (*reliability*) : probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi seperti yang dimaksudkan dalam jangka waktu tertentu.
- Tahan lama (*durability*) : jangka waktu produk dapat berfungsi.
- Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*) : ukuran mengenai apakah sebuah produk telah memenuhi spesifikasinya atau tidak.
- Kecocokan penggunaan (*fitness for use*) : kecocokan dari sebuah produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang diiklankan.

Hansen dan Mowen (2001 : 683), mengemukakan bahwa:

“Biaya kualitas adalah biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang buruk kualitasnya. Biaya kualitas ini berhubungan dengan 2 subkategori dari kegiatan-kegiatan yang terkait dengan kegiatan pengendalian (*control activities*) dan kegiatan karena kegagalan (*failure activities*).“

Biaya kualitas ini terdiri dari 4 kategori biaya kualitas, yaitu biaya pencegahan (*prevention cost*), biaya penilaian (*appraisal cost*), biaya kegagalan internal (*internal failure cost*), dan biaya kegagalan eksternal (*eksternal failure cost*).

Kualitas telah menjadi dimensi kompetitif yang penting bagi perusahaan manufaktur maupun jasa, juga usaha kecil dan usaha besar. Karena itu, perusahaan perlu memberi perhatian yang lebih besar kepada kualitas produknya. Perhatian yang lebih besar ini dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan tersebut. Peningkatan profitabilitas ini dapat terjadi dengan 2 cara, yaitu dengan meningkatkan permintaan pelanggan dan dengan mengurangi biaya. Oleh sebab itu, maka perlu diterapkan adanya pengendalian kualitas yang dilakukan perusahaan.

Perusahaan yang menaruh perhatian terhadap pengendalian kualitas produknya memerlukan adanya pelaporan biaya kualitas. Ketika perusahaan menerapkan pengendalian kualitas ini, timbul kebutuhan untuk memantau dan melaporkan perkembangan dari pengendalian tersebut dan hal ini perlu dipahami para manajer. Pelaporan ini penting karena laporan ini mengungkapkan besarnya biaya kualitas dalam setiap kategori yang memungkinkan para manajer menilai dampak keuangannya. Tujuan utama dari pelaporan biaya kualitas ini adalah untuk memperbaiki, mempermudah perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan manajerial.

Dari latar belakang ini, kita mengetahui bahwa kualitas telah menjadi dimensi kompetitif bagi suatu perusahaan. Karena itu, maka perusahaan perlu melakukan pengendalian kualitas. Pengendalian kualitas ini perlu dibuat laporannya, sehingga

dapat diketahui apakah pengendalian itu berjalan dengan baik atau tidak. Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai latar belakang masalah ini, maka penulis mengambil judul : **“INFORMASI BIAYA KUALITAS SEBAGAI ALAT UKUR EFEKTIVITAS PENGENDALIAN KUALITAS PADA PT. X”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Perhatian suatu perusahaan kepada kualitas produknya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan itu. Peningkatan profitabilitas ini dapat terjadi dengan 2 cara, yaitu meningkatkan permintaan dan mengurangi biaya. Karena itu, maka diperlukan adanya pengendalian kualitas. Dalam pengendalian kualitas, diperlukan adanya laporan yang dapat melaporkan informasi bagi manajer mengenai pengendalian kualitas yang telah dilakukan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja pengendalian kualitas yang dilakukan perusahaan "X"?
2. Bagaimana menyusun laporan biaya kualitas dan informasi apa saja yang didapat dari laporan biaya kualitas?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka tujuan dari penelitian yang dilakukan pada perusahaan "X" adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apa saja pengendalian kualitas yang dilakukan perusahaan "X".

2. Menyusun laporan biaya kualitas agar dapat memberikan informasi bagi manajer dan mengetahui apa saja informasi yang didapat dari penyusunan laporan biaya kualitas ini.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dari data dan informasi yang berhasil dikumpulkan, berdasarkan hasil penelitian dan studi literatur, khususnya yang berkaitan dengan biaya kualitas sebagai informasi bagi manajer, maka penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai:

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi bagi perkembangan ilmu ekonomi, khususnya akuntansi.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis, terutama mengenai biaya kualitas sehingga dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai kesesuaian antara teori yang ada dan fakta yang terjadi di lapangan. Penelitian ini juga berguna dalam rangka penyusunan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi jurusan Akuntansi di Universitas Kristen Maranatha.

- b. Bagi perusahaan

Sebagai suatu bahasan ilmiah yang didasarkan pada praktek yang berlaku, informasi yang diperoleh mengenai biaya kualitas diharapkan dapat menjadi

masukan bagi perusahaan dalam mengendalikan biaya pengendalian kualitas agar mengurangi biaya kegagalan pada produknya.

c. Bagi mahasiswa lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan perbandingan bagi mahasiswa lain dalam pembuatan laporan-laporan ilmiah yang memiliki topik yang sama.

1.4 Rerangka Penelitian



Menurut Edward J. Blocher dkk (2000 ; 220):

“Biaya kualitas adalah biaya yang berkaitan dengan pencegahan, pengidentifikasian, perbaikan, dan pembetulan produk yang berkualitas rendah, dan dengan opportunity cost hilangnya waktu produksi dan penjualan sebagai akibat rendahnya kualitas.”

Dalam perusahaan terdapat beberapa aktivitas kualitas yang menimbulkan biaya kualitas, yaitu aktivitas pengendalian dan aktivitas kegagalan. Aktivitas pengendalian kualitas dilakukan perusahaan untuk mencegah atau mendeteksi kualitas yang buruk (karena kualitas yang buruk mungkin terjadi), sedangkan aktivitas kegagalan kualitas dilakukan perusahaan atau oleh pelanggannya untuk merespons kualitas yang buruk (kualitas yang buruk telah terjadi). Untuk melakukan aktivitas pengendalian dan aktivitas kegagalan ini, maka perusahaan harus mengeluarkan dana. Biaya untuk aktivitas pengendalian kualitas dinamakan biaya pengendalian, sedangkan biaya kegagalan kualitas dinamakan biaya kegagalan. Biaya pengendalian itu sendiri dapat dibedakan menjadi 2 macam, yaitu:

1. Biaya pencegahan : biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mencegah kualitas yang buruk pada produk atau jasa yang dihasilkan. Contoh biaya pencegahan, yaitu biaya rekayasa kualitas, program pelatihan kualitas, perencanaan kualitas, pelaporan kualitas, pemilihan dan evaluasi pemasok, audit kualitas, siklus kualitas, uji lapangan, dan peninjauan desain.
2. Biaya penilaian : biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menentukan apakah produk atau jasa telah sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan pelanggan. Contoh biaya penilaian, yaitu biaya pemeriksaan dan pengujian bahan baku, pemeriksaan kemasan, pengawasan kegiatan penilaian, penerimaan produk, penerimaan proses, peralatan pengukuran (pemeriksaan dan pengujian), dan pengesahan dari pihak luar.

Sedangkan biaya kegagalan kualitas dapat dibedakan menjadi 2 macam, yaitu:

1. Biaya kegagalan internal : biaya yang dikeluarkan perusahaan karena produk atau jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi atau kebutuhan pelanggan. Contoh biaya kegagalan internal, yaitu sisa bahan, pengerjaan ulang, penghentian mesin (karena adanya produk buruk yang dihasilkan mesin tersebut), pemeriksaan ulang, pengujian ulang, dan perubahan desain.
2. Biaya kegagalan eksternal : biaya yang dikeluarkan perusahaan karena produk atau jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi atau kebutuhan pelanggan setelah produk itu disampaikan kepada pelanggan. Contoh biaya kegagalan eksternal, yaitu biaya kehilangan penjualan karena kinerja produk yang buruk serta retur dan potongan penjualan karena kualitas yang buruk, biaya garansi, perbaikan, tanggung jawab hukum yang timbul, ketidakpuasan pelanggan, hilangnya pangsa pasar, dan biaya untuk mengatasi keluhan pelanggan.

Peningkatan profitabilitas suatu perusahaan dapat terjadi dengan 2 cara, yaitu dengan meningkatkan permintaan pelanggan dan dengan mengurangi biaya. Perusahaan dapat mengurangi biaya yang harus dikeluarkannya dengan melakukan pengendalian biaya kualitas. Karena itu, maka pengendalian kualitas memberikan dampak yang positif pada perusahaan karena dapat meningkatkan profitabilitasnya. Selain itu, jika perusahaan tidak menaruh perhatian pada kualitas produknya, maka kelangsungan hidupnya akan terancam. Karena produk dengan kualitas buruk, perusahaan dapat menghadapi ancaman penurunan pangsa pasar dan penjualannya. Hal ini disebabkan karena pelanggan berpindah pada produk pesaing yang kualitasnya lebih baik. Hal ini akan menimbulkan *cost of losing customer*, yaitu biaya

yang timbul karena pelanggan berpindah ke supplier lain. Menurut Hansen Mowen (2001 : 685):

“Biaya kualitas ada kalanya cukup besar dan dapat merupakan sumber penghematan yang cukup signifikan.”

Adanya pengakuan bahwa kegagalan dalam menghasilkan produk yang berkualitas menimbulkan biaya tinggi, mendorong perusahaan-perusahaan meningkatkan kualitas produknya. Dengan mengeluarkan biaya untuk pencegahan, maka perusahaan lebih sedikit mengeluarkan biaya untuk kegagalan internal maupun eksternal. Hal ini membuat perusahaan tidak hanya menikmati nilai yang dirasakan lebih tinggi dari produknya, tetapi juga meningkatkan penjualan dan pangsa pasarnya. Perusahaan yang tidak melakukan pengendalian kualitas akan sulit dalam dunia bisnis, karena jika pesaingnya melakukan peningkatan kualitas produknya, maka perusahaan ini akan kehilangan pangsa pasarnya dan penjualan yang dilakukan juga akan berkurang. karena itu, maka perlu dilakukan adanya pelaporan biaya kualitas. Pengendalian biaya kualitas ini berguna untuk memperbaiki, mempermudah perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan manajerial. Menurut Supriyono:

“Pelaporan biaya kualitas mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan dan memungkinkan perencanaan, pengendalian, dan pembuatan keputusan manajerial.”

1.5 Waktu dan lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Garment “X” yang berlokasi di Jalan”X” Bandung , dengan waktu penelitian mulai bulan Oktober sampai dengan

Maret 2009. Aktivitas yang penulis lakukan pada perusahaan Garment “X” ini dapat dilihat dari gambar di bawah ini.

Gambar 1.1

Aktivitas penelitian di Perusahaan “X”

