

**PENGARUH BIAYA KUALITAS TERHADAP TINGKAT
PROFITABILITAS PERUSAHAAN
(Studi Kasus pada The Majesty Hotel and Apartment, Bandung)**

Mathius Tandiontong
Dosen Program Magister Akuntansi Universitas Kristen Maranatha

Fentri Sitanggang
Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha

Verani Carolina
Mahasiswa Program Magister Akuntansi Universitas Kristen Maranatha

ABSTRACT

Cost of quality refers to the costs incurred to prevent or costs incurred as a result of efforts to improve the company's products or services. The more the low cost of getting good quality shows that quality improvement program run by the company. And of course the better the quality of the output, the course will increase the level of profitability. The purpose of this research is to know how to influence the cost of quality to the level of profitability.

This study aimed to determine the effect of quality cost on the profitability of the company. The method used is descriptive method with approach of case studies. Descriptive method is a method of research conducted by collecting, presenting, and analyzing data based on the fact that there is a company or a method that aims to describe the nature of something that was in progress at the time the research was done and examine the causes of a particular symptom (Husein Umar, 2001:55).

Research conducted at The Majesty Hotel & Apartment is located on Jl. Surya Sumantri No.91 Bandung. Data obtained from kuersioner by using 30 respondents from each department. Data were analyzed using simple regression analysis that first must meet the test of validity and reliability. Validity testing conducted to determine whether the data measuring instrument is valid. Meanwhile, tests conducted to determine whether the reliability of measuring instruments used in relatively consistent and will produce the same data when used twice or more.

The conclusion drawn by the authors in this study based on a simple regression analysis is a significant difference between the cost of quality to the level of profitability.

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dalam bisnis perhotelan saat ini telah menarik minat para pengusaha untuk ikut serta terjun ke bisnis ini, sehingga menimbulkan semakin tajamnya persaingan yang ada. Supaya dapat bersaing dengan baik diantara hotelhotel yang semakin banyak jumlahnya, maka suatu hotel harus dapat meningkatkan tingkat pelayanan untuk mendapatkan laba yang maksimal.

Untuk mencapai tingkat pelayanan, suatu hotel harus melaksanakan semua

aktivitas dari setiap unit jasa hotel tersebut. Salah satu cara untuk membedakan sebuah hotel dengan hotel yang lainnya adalah menyetengahkan jasa yang berkualitas tinggi daripada para pesaingnya. Kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan pelanggan. Konsumen memilih para penyedia jasa atas dasar kualitas jasa yang ditawarkan dan setelah menerima jasa, mereka membandingkannya dengan apa yang dikehendaki. Jika kenyataan yang dirasakan berada di bawah yang diharapkan, konsumen akan kehilangan kepercayaan kepada penyedia jasa. Jika kenyataan yang dirasakan sesuai dengan mutu yang dikehendaki, mereka akan terus menggunakan jasa yang ditawarkan penyedia jasa tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus mengidentifikasi keinginan konsumen dalam hal kualitas.

Membahas mengenai pengukuran terhadap kualitas, tidak akan terlepas dengan aspek kuantitatif yang melekat padanya, yaitu mengenai biaya kualitas (*cost of quality*). Biaya kualitas ini merupakan salah satu cara menerjemahkan bahasa kualitas ke dalam bahasa yang dapat dikuantifikasikan sehingga memudahkan dalam pengukurannya. Biaya kualitas merupakan indikator finansial kinerja kualitas perusahaan. Beberapa perusahaan kelas dunia menggunakan ukuran biaya kualitas sebagai indikator keberhasilan program kualitas yang dapat dihubungkan dengan keuntungan perusahaan, nilai penjualan, harga pokok penjualan atau total biaya produksi.

Hotel yang memilih untuk bersaing melalui harga yang rendah bukan berarti memilih untuk memproduksi dengan kualitas rendah. Harga yang rendah tetap harus memenuhi harapan pelanggan. Sama halnya dengan itu, strategi diferensiasi akan tidak efektif jika hotel gagal untuk membangun kualitas dalam produknya.

Sementara itu kualitas suatu produk atau jasa dapat diukur secara finansial maupun non finansial. Kuantifikasi kualitas ke dalam satuan uang memunculkan adanya istilah biaya kualitas. Yang dimaksud dengan biaya kualitas adalah: "*Cost incurred to prevent, or cost arising as a result of the production of a low quality product. These cost focus on conformance quality and are incurred in all business functions of the value chain*". (Horngren, 2000:677)

Biaya kualitas yang terjadi dalam suatu perusahaan dapat digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana fungsi sistem pengendalian kualitas yang diterapkan oleh perusahaan. Semakin rendahnya biaya kualitas menunjukkan semakin baiknya program perbaikan kualitas yang dijalankan oleh perusahaan. Dan tentunya semakin baik kualitas yang dihasilkan secara tidak langsung dapat meningkatkan pangsa pasar dan nilai penjualan. Meningkatnya penjualan dengan semakin menurunnya biaya yang dikeluarkan maka tentu akan meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan.

Merujuk pada paparan sebelumnya bahwa biaya kualitas sebagai ukuran kuantitatif yang dipergunakan untuk mengukur kualitas dan pengaruhnya terhadap tingkat profitabilitas, maka penulis tertarik untuk membahas dan meneliti lebih lanjut mengenai seberapa besar pengaruh biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas hotel serta untuk mengetahui apakah dengan adanya biaya kualitas yang dikeluarkan oleh hotel akan memberikan andil terhadap peningkatan profitabilitas hotel atau tidak. Maka berdasarkan permasalahan di atas, yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan biaya kualitas perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan?

KERANGKA TEORITIS

Biaya Kualitas

Beberapa definisi dari biaya kualitas:

1. Horngren, Foster dan Datar (2003:677): "*The cost of quality (COQ) refers to cost incurred to prevent, or cost arising as a result of the production of a low quality product*".
2. Menurut Anonymous yang dikutip oleh Bambang Hariadi dalam buku Akuntansi Manajemen (2002:387): "*The cost of quality refer to resources spent to assure consistent customer satisfaction*".
3. Blocher, Chen, dan Lin (2000:220) dalam bukunya Manajemen Biaya yang diterjemahkan oleh A. Susty Ambarriani: "Biaya mutu adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan pencegahan, pengidentifikasian, perbaikan, dan pembetulan produk yang berkualitas rendah, dan dengan *opportunity cost* dari hilangnya waktu produksi dan penjualan sebagai akibat rendahnya kualitas".

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya kualitas adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperbaiki kualitas produk.

Manfaat Informasi Biaya Kualitas

Menurut Garrison, Noreen dan Brewer (2006:90) laporan biaya kualitas memiliki beberapa kegunaan:

1. Informasi biaya kualitas membantu para manajer melihat keuntungan *financial* dari cacat.
2. Informasi biaya kualitas membantu para manajer mengidentifikasikan pentingnya masalah-masalah kualitas yang dihadapi perusahaan.
3. Informasi biaya kualitas membantu para manajer melihat apakah biaya- biaya kualitas di perusahaan mereka didistribusikan secara tidak baik.

Menurut Hansen dan Mowen (2001:977) manfaat biaya kualitas sebagai berikut:

1. Pengambilan keputusan manajemen untuk pihak internal, dan bagi pihak eksternal yaitu untuk menilai kualitas perusahaan melalui program-program seperti ISO 9000.
2. Untuk menerapkan dan mengawasi efektifitas program kualitas.

Jadi, manfaat biaya kualitas adalah untuk membantu manajemen menentukan laba, juga untuk mengambil keputusan strategi, serta untuk mempermudah pelaksanaan program pengendalian kualitas.

Pengelompokkan Biaya Kualitas

A. Prevention Cost

Garrison, Noreen dan Brewer (2006: 83) mengemukakan, cara yang paling efektif untuk meminimumkan biaya kualitas tetapi tetap mempertahankan kualitas yang tinggi adalah menghindari masalah yang berkaitan dengan kualitas sedini mungkin. Inilah tujuan dari biaya pencegahan; biaya pencegahan (*prevention cost*) berkaitan dengan aktivitas untuk mengurangi jumlah produk atau jasa yang cacat.

Gaspersz (2001: 169) mengemukakan pengertian biaya pencegahan sebagai berikut: "Biaya pencegahan, yaitu biaya-biaya yang berhubungan dengan upaya pencegahan kegagalan internal maupun eksternal, sehingga meminimalkan biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal." Sedangkan Blocher (2000:220) mengemukakan pengertian biaya pencegahan sebagai berikut: "Biaya pencegahan adalah pengeluaran- pengeluaran yang dikeluarkan untuk mencegah terjadinya cacat kualitas."

Menurut Hansen dan Mowen (2005: 8) contoh biaya pencegahan sebagai berikut:

“Contoh-contoh biaya pencegahan: biaya rekayasa kualitas, program pelatihan kualitas, perencanaan kualitas, pelaporan kualitas, pemilahan dan evaluasi pemasok, audit kualitas, siklus kualitas, uji lapangan dan peninjauan desain”.

B. *Appraisal Cost*

Appraisal cost atau juga disebut biaya penilaian juga termasuk ke kegiatan pengendalian, dan belum ditemukan produk cacat. Garrison, Noreen dan Brewer (2006:90) mengemukakan pengertian biaya penilaian sebagai berikut: “Biaya penilaian (*Appraisal Costs*) yang biasanya disebut sebagai biaya inspeksi (*inspection cost*) terjadi untuk mengidentifikasi produk cacat sebelum produk tersebut dikirimkan kepada konsumen”.

Gaspersz (2001: 170) mengemukakan pengertian biaya penilaian sebagai berikut: “Biaya penilaian yaitu biaya-biaya yang berhubungan dengan penentuan derajat konformansi terhadap persyaratan kualitas (spesifikasi yang ditetapkan)”. Hansen dan Mowen (2005:8) mengemukakan contoh biaya penilaian sebagai berikut: “Contoh-contoh biaya penilaian: biaya pemeriksaan dan pengujian bahan baku, pemeriksaan kemasan, pengawasan kegiatan penilaian, penerimaan produk, penerimaan proses, peralatan pengukuran, dan pengesahan dari pihak luar”. Jadi biaya penilaian merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mengukur, mengevaluasi, mengaudit produk dan bahan yang dibeli serta penentuan derajat konformansi terhadap produk yang dihasilkan.

C. *Internal Failure Cost*

Biaya kegagalan terjadi pada saat produk tidak dapat memenuhi spesifikasi rancangannya. Biaya kegagalan dapat terjadi baik internal maupun eksternal. Biaya kegagalan internal (*internal failure cost*) diakibatkan oleh indentifikasi cacat selama proses penilaian. Biaya tersebut meliputi sisa bahan, bahan yang ditolak, pengerjaan ulang produk cacat, dan waktu yang terbuang karena masalah kualitas.

Gaspersz (2001:169) mengemukakan pengertian biaya kegagalan internal sebagai berikut: “Biaya kegagalan internal yaitu biaya-biaya yang berhubungan dengan kesalahan dan non-konformasi yang ditemukan sebelum menyerahkan produk kepada pelanggan”.

Ariani (2004:10) mengemukakan pengertian biaya kegagalan internal sebagai berikut: “Biaya kegagalan internal yaitu biaya yang harus dikeluarkan karena perusahaan telah menghasilkan produk yang cacat tetapi cacat tersebut telah diketahui sebelum produk tersebut sampai pada pelanggan”.

Hansen dan Mowen (2005:9) mengemukakan contoh biaya kegagalan internal sebagai berikut: “Contoh-contoh biaya kegagalan internal: sisa bahan, pengerjaan ulang, penghentian mesin, pemeriksaan ulang, dan perubahan desain”. Jadi biaya kegagalan internal dilakukan untuk mendeteksi ketidaksesuaian produk dan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan karena menghasilkan produk rusak, tetapi produk tersebut belum sampai pada pelanggan. Biaya kegagalan internal juga digunakan untuk mendeteksi produk yang rusak/kualitasnya buruk.

D. *External Failure Cost*

External failure cost atau disebut juga biaya kegagalan eksternal adalah biaya yang termasuk ke kegiatan karena kegagalan internal dan eksternal. Jadi pasti ada barang yang cacat, tapi sudah sampai ke tangan konsumen.

Gaspersz (2001:169) mengemukakan pengertian biaya kegagalan eksternal sebagai berikut: “Biaya kegagalan eksternal yaitu biaya-biaya yang berhubungan dengan kesalahan dan non-konformasi yang ditemukan setelah produk itu diserahkan pada

pelanggan”.

Hansen dan Mowen (2005:9) mengemukakan contoh biaya kegagalan eksternal sebagai berikut: “Contoh-contoh biaya kegagalan eksternal: biaya kehilangan penjualan, biaya menarik produk dari pasar, biaya garansi, perbaikan, tanggung jawab hukum, hilangnya pangsa pasar, mengatasi keluhan pelanggan”. Garrison, Noreen dan Brewer (2006:90) mengemukakan salah satu contoh biaya kegagalan eksternal sebagai berikut: “Biaya kegagalan eksternal meliputi garansi perbaikan dan penggantian, penarikan produk, kewajiban hukum yang mungkin terjadi, dan hilangnya penjualan karena reputasi kualitas rendah”. Jadi biaya kegagalan eksternal yaitu biaya yang harus dikeluarkan karena menghasilkan produk cacat yang sampai pada konsumen, sehingga konsumen tidak mau menerima produk tersebut atau meminta ganti rugi atas produk tersebut.

Tujuan Biaya Kualitas

Biaya kualitas disusun oleh perusahaan atas dasar suatu tujuan yang melandasi hal tersebut. Hansen dan Mowen (2000: 18) mengungkapkan tujuan biaya kualitas sebagai berikut:

1. Memperbaiki dan mempermudah perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan manajerial.
2. Memproyeksikan mengenai kapan biaya dan penghematan itu terjadi dan dibuat.

Jadi, tujuan pembuatan biaya kualitas adalah untuk mempermudah proses keputusan manajemen. Selain itu juga, agar perusahaan dapat memproyeksikan kapan biaya terjadi, serta agar perusahaan dapat mengefisiensikan biaya. Dengan adanya tujuan biaya kualitas, perusahaan mengharapkan agar biaya kualitas dapat dipergunakan dengan baik.

Teknik Pengendalian Kualitas

Salah satu cara atau teknik yang digunakan untuk melakukan kegiatan pengendalian kualitas adalah dengan inspeksi. Gryna (2001:541) mengemukakan hal-hal yang berkaitan dengan inspeksi sebagai berikut: “*Inspection and test include measurement of output and comparison to specified requirements to determine conformity. Inspection is performed for a wide purposes; e.g., distinguishing between good and bad product, determining whether the process is changing, measuring process capability, rating product quality, securing product design information, rating the inspectors’ accuracy, and determining the precisions of measuring instruments*”.

Perusahaan dapat melakukan inspeksi untuk setiap unit produk barang (100%) yang diproduksi maupun untuk sebagian produk barang yang diproduksi (sampel). Hal ini tergantung keputusan manajemen perusahaan mau memilih yang mana. Perlu diperhatikan bahwa meskipun inspeksi dilakukan 100%, hal ini tidak akan menjamin tidak ada produk berkualitas buruk yang terjadi. Penyebab lainnya adalah faktor manusia (human errors), dan kesalahan mesin yang mungkin terjadi dalam melakukan inspeksi.

Profitabilitas

Siswanto Sutojo dalam bukunya Mengenali Arti dan Penggunaan Neraca Perusahaan (2000:56) secara tersirat mengungkapkan pengertian dan pentingnya profitabilitas bagi perusahaan dengan menyebutkan bahwa operasi bisnis perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila dari masa ke masa dapat mengumpulkan keuntungan secara memadai. Dengan jumlah dan tingkat keuntungan yang memadai manajemen perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan para pemilik serta para investor yang berminat membeli

saham baru. Disamping itu perusahaan juga dapat membina kepercayaan para kreditur untuk menyediakan fasilitas pinjaman yang dibutuhkan.

Laba merupakan tujuan akhir semua perusahaan yang berorientasi bisnis. Namun, perhitungan laba untuk suatu jangka waktu tertentu hanya mendekati ketepatan layak saja karena perhitungan yang tepat baru dapat terjadi jika perusahaan mengakhiri kegiatan usahanya dan menjual semua aktiva yang ada.

Ukuran Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan aspek fundamental perusahaan, karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan dananya pada perusahaan juga sebagai alat ukur terhadap efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada di dalam proses operasional perusahaan.

Menurut Siswanto Sutojo (2000:56), ada beberapa rasio keuangan utama yang dipergunakan sebagai tolok ukur untuk menilai kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan adalah:

1. Margin laba kotor (*Gross profit margin*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan penjualan yang dicapai. *Gross profit margin* (GPM) dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

2. Laba atas penjualan (*Profit on sales*)

Merupakan perbandingan jumlah hasil penjualan yang diperoleh selama masa tertentu dengan laba sesudah pajak. Rasio *profit on sales* dipergunakan untuk menilai profitabilitas, sekaligus kemampuan manajemen perusahaan menekan biaya operasional. *Profit on Sales* dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Profit on Sales} = \frac{\text{Laba sesudah pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

3. Laba atas investasi dana (*Return on investment*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutupi investasi yang dikeluarkan. *Return On Investment* dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Laba sesudah pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

4. Laba atas modal sendiri (*Return on equity*)

atau sering disebut Rentabilitas Modal Sendiri dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. *Return on Equity* dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba sesudah pajak}}{\text{Total Modal Sendiri}} \times 100\%$$

5. Laba bersih per saham (*Earning per share*)

Merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan per lembar saham pemilik. Laba bersih per saham atau *earning per share* dapat dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut:

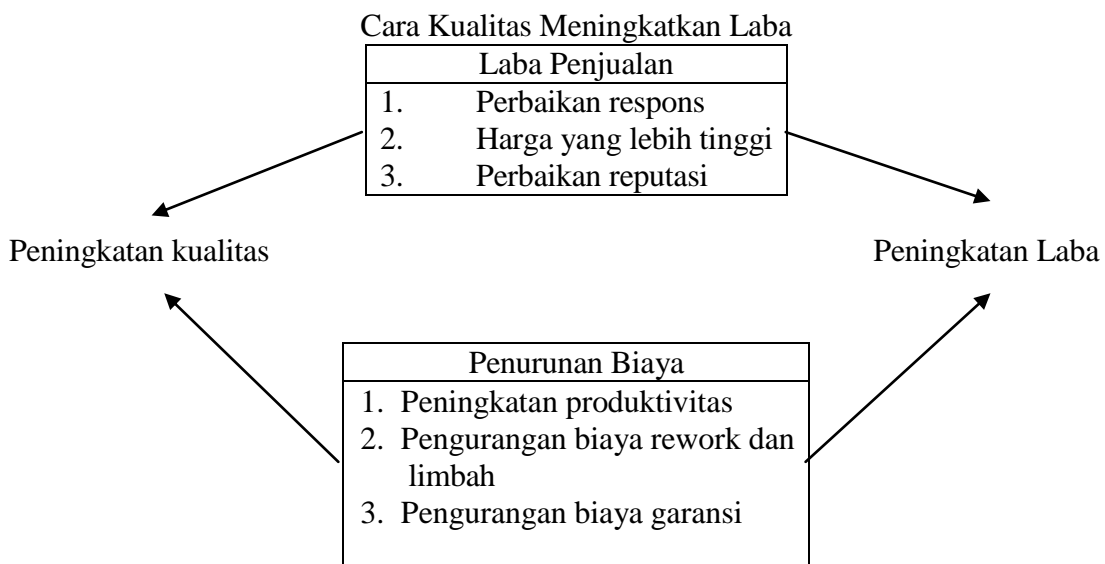
$$\text{Earning per Share} = \frac{\text{Laba sesudah pajak}}{\text{Jumlah lembar saham}}$$

Hubungan Analisis Biaya Kualitas Dengan Laba (*Profit*)

Setelah analisis biaya kualitas dilakukan, maka dapat diperoleh informasi mengenai biaya kualitas dan menghubungkannya dengan laba. Menurut Blocher, Chen, dan Lin (2002:199) dikemukakan: “Sebagian besar perusahaan mengeluarkan biaya kualitas sebesar 20–25% dari penjualannya, dan sekitar 40% biaya yang terjadi dalam proses bisnis terjadi akibat dari kualitas yang buruk. Dengan kata lain, perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas memperoleh kelebihan dalam hal penjualan (*sales gain*) dan dalam hal perolehan profit (*high profit*).”

Informasi ini dapat digunakan sebagai umpan balik bagi manajemen perusahaan untuk mengidentifikasi kesempatan untuk mengoptimalkan kualitas dan menekan biaya kualitas yang akhirnya akan menekan biaya produksi dan dapat meningkatkan laba/profit.

Gambar 1: Cara Kualitas Meningkatkan Laba (Profit)



Sumber: Heizer dan Render (2005: 253)

Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Profitabilitas

Penggolongan biaya kualitas ke dalam empat kategori yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal adalah sebagai perangkat bagi manajemen atau pihak lain untuk mempermudah melakukan analisis terhadap elemen-elemen biaya kualitas baik itu dari segi perilakunya maupun hubungan antar masing-masing elemen dari biaya tersebut serta pengaruhnya terhadap variabel lain di luar biaya kualitas, misalnya dengan tingkat produktivitas dan profitabilitas perusahaan.

Empat golongan biaya kualitas tersebut dapat dikelompokkan lagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu biaya pengendalian/*cost of control* (pencegahan&penilaian) dan biaya kegagalan 1 *failure cost* (internal & eksternal). Semakin besar perusahaan menginvestasikan modalnya pada aktivitas pengendalian, maka semakin kecil biaya kegagalan yang terjadi.

Meningkatnya biaya pencegahan yang dilakukan oleh perusahaan akan

menyebabkan biaya penilaian yang dikeluarkan juga akan meningkat. Hal itu terjadi karena kedua biaya tersebut merupakan suatu kesatuan usaha pengendalian yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas. Usaha pengendalian kualitas yang dilakukan dengan mengeluarkan biaya pencegahan dan penilaian akan menyebabkan berkurangnya kualitas produk cacat yang dihasilkan sebelum produk tersebut dikirim ke konsumen.

Jadi, apabila biaya pencegahan dan penilaian meningkat, maka biaya kegagalan internal dan eksternal akan menurun. Hal ini akan berpengaruh terhadap kualitas produk yang dihasilkan meningkat, karena produk akan sesuai dengan spesifikasi desain awal tanpa tanpa memiliki suatu kecacatan baik sebelum maupun setelah produk tersebut dikirim ke konsumen.

Sementara Blocher, Chen dan Lin (2002:200), mengungkapkan lebih lanjut bahwa dengan meningkatnya kualitas pada suatu produk yang dihasilkan maka perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif dan menikmati tingkat profitabilitas yang tinggi. Meningkatnya kualitas produk tentu dapat menurunkan tingkat pengembalian produk (retur) dari pelanggan, sehingga dengan itu akan berdampak pada menurunnya biaya garansi dan perbaikan.

Meningkatnya kualitas produk juga dapat menurunkan biaya produksi melalui reduksi atau eliminasi dari biaya kegagalan internal yang memiliki porsi yang paling besar jika dibandingkan dengan biaya penilaian maupun pencegahan dalam biaya produksi. Produk yang berkualitas akan menyebabkan rendahnya persediaan di gudang, baik itu persediaan bahan baku, suku cadang, dan produk jadi. Sebab perusahaan dapat mengerjakan proses produksi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan sebelumnya sehingga perputaran persediaan menjadi lebih lancar dan tentunya pendapatan laba akan dapat terealisasi dengan lebih cepat.

Kerangka Pemikiran

Kualitas merupakan hal krusial yang menyangkut suatu hotel, baik barang atau jasa. Sejauh mana produk sesuai dengan kebutuhan pemakainya ditunjukkan dengan kualitas. Masalah kualitas akan timbul pada saat produk tidak dapat memberikan fungsinya secara tepat dan sesuai dengan kebutuhan pemakainya.

Hotel yang memilih untuk bersaing melalui harga yang rendah bukan berarti memilih untuk memproduksi dengan kualitas rendah. Harga yang rendah tetap harus memenuhi harapan pelanggan. Sama halnya dengan itu, strategi diferensiasi akan tidak efektif jika hotel gagal untuk membangun kualitas dalam produknya.

Sementara itu kualitas suatu produk atau jasa dapat diukur secara finansial maupun non finansial. Kuantifikasi kualitas ke dalam satuan uang memunculkan adanya istilah biaya kualitas. Yang dimaksud dengan biaya kualitas adalah: "*Cost incurred to prevent, or cost arising as a result of the production of a low quality product. These cost focus on conformance quality and are incurred in all business functions of the value chain*". (Horngren, 2000:677)

Penggolongan biaya kualitas ke dalam empat kategori yaitu *prevention cost*, *appraisal cost*, *internal failure cost*, dan *external failure cost* adalah sebagai perangkat bagi manajemen atau pihak lain untuk mempermudah melakukan analisis terhadap elemen-elemen biaya kualitas baik itu dari segi sifat maupun hubungan antar masing-masing elemen dalam biaya tersebut. Empat golongan biaya kualitas dapat dikelompokkan lagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu biaya pengendalian/*cost of control* (pencegahan & penilaian) dan biaya kegagalan/*failure cost* (internal & eksternal). Semakin besar perusahaan menginvestasikan modalnya pada aktivitas pengendalian,

maka semakin kecil biaya kegagalan yang akan terjadi.

Meningkatnya biaya pencegahan yang dilakukan oleh hotel akan menyebabkan aktivitas penilaian (berupa pengeluaran biaya penilaian) yang dilakukan juga akan meningkat. Hal itu terjadi karena kedua biaya yang dikeluarkan tersebut merupakan satu kesatuan usaha pengendalian yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas. Usaha pengendalian kualitas yang dilakukan akan menyebabkan berkurangnya kualitas produk cacat yang dihasilkan. Selaku produsen, perusahaan akan dapat melakukan penghematan atas biaya tambahan yang dibutuhkan untuk melakukan perbaikan atau pengerjaan ulang terhadap produk-produk yang cacat tersebut. Tentu saja, pengurangan yang terjadi dalam biaya perbaikan dan pengerjaan kembali akan mengakibatkan berkurangnya pengeluaran untuk kegagalan internal sekaligus kegagalan eksternal yang terjadi di dalam hotel.

Sementara itu secara tidak langsung dengan berkurangnya biaya kegagalan (internal & eksternal), ini merupakan suatu indikasi bahwa produk yang dihasilkan berkualitas telah mengalami peningkatan. Produk yang berkualitas tentu merupakan produk yang memiliki nilai (*value*) yang lebih tinggi dengan ditandai oleh tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi atas produk tersebut, karena produk telah dibuat sesuai dengan spesifikasi dan keinginan pelanggan tentunya.

Nilai (*value*) yang tinggi yang dirasakan pelanggan memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan pangsa pasar yang luas. Dengan pangsa pasar yang luas maka tentu dapat meningkatkan pendapatan. Dan akhirnya dengan pendapatan yang lebih tinggi dan biaya yang lebih rendah mendorong profitabilitas yang ditandai dengan meningkatnya profit hotel.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas pada profitabilitas perusahaan, sehingga objek dari penelitian ini adalah seluruh biaya yang berkaitan dengan biaya kualitas perusahaan. Sedangkan yang menjadi subyek penelitian yang penulis pilih adalah para karyawan yang berada di setiap departemen perusahaan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang dilaksanakan dengan cara mengumpulkan, menyajikan, dan menganalisis data perusahaan berdasarkan fakta yang ada atau suatu metode yang bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Husein Umar, 2001:55).

Pendekatan studi kasus adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mempelajari secara intensif latar belakang serta interaksi lingkungan dari objek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter yang khas dari objek penelitian. Sedangkan analisis dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan metode statistik untuk keperluan pengujian hipotesis.

Karakteristik Responden

Dalam pengumpulan data yang berhubungan dengan penelitian, maka penulis mencari responden untuk diberikan kuersioner dengan cara populasi target. Populasi target adalah populasi spesifik yang relevan dengan tujuan atau masalah penelitian, dimana semua populasi target diberikan kuersioner dari penulis, tetapi tergantung dari kesediaan mereka

untuk mengisi kuersioner tersebut. Dalam pengumpulan data, pada awalnya responden yang penulis pilih untuk diberikan kuersioner adalah *General Manager, Food & Beverage Manager, Front Office Manager, Chief Engineering, Housekeeping, Sales & Marketing Manager, Accounting Manager, dan HRD Manager*. Penulis menganggap bahwa mereka kompeten dan dapat memberikan persepsi yang objektif dan mengetahui masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu mengenai pengaruh biaya kualitas terhadap profitabilitas perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penulisan penelitian ini adalah:

1. Studi kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian dilakukan dengan membaca, mengumpulkan, mencatat, dan mempelajari data-data yang didapat dari buku- buku, artikel, literatur, serta sumber lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Tujuannya dalah sebagai landasan teoritis yang akan digunakan sebagai pembanding dan pendukung pembahasan.

2. Studi lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang dilakukan secara langsung ke lokasi obyek penelitian (perusahaan) untuk mendapatkan data primer berupa fakta-fakta yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dalam melakukan studi lapangan, penulis menggunakan teknik perolehan data sebagai berikut:

- a) Observasi, yakni dengan mengamati secara langsung objek yang akan diteliti.
- b) Wawancara atau interview, yaitu dengan berdialog atau berkomunikasi langsung dengan pihak yang berhubungan dengan data penelitian yang diperlukan.
- c) Dokumentasi, yaitu meneliti dan mempelajari dokumen-dokumen yang terdapat di perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
- d) Angket (kuesioner) yaitu teknik pengumpulan data dengan angket ini dilengkapi alat bantu pengumpulan data berupa daftar pertanyaan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam masalah yang diteliti.

Variabel

Sesuai dengan judul penelitian, yaitu “Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Profitabilitas pada The Majesty Hotel & Apartment” maka terdapat dua variabel penelitian ini, yaitu:

a) Variabel Independen (Variabel X)

Adalah variabel yang keberadaannya tidak dipengaruhi variabel lain, tetapi akan mempengaruhi variable lain. Dalam penelitian ini variabel independen (X) adalah “Biaya Kualitas”.

b) Variabel Dependen (Variabel Y)

Adalah variabel yang dipengaruhi oleh variable lain. Dalam penelitian ini, variabel dependen (Y) adalah “Profitabilitas”.

Tabel 1 Definisi Operasionalisasi Variabel Independen

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Biaya Kualitas	<i>Prevention Cost</i> (Biaya Pencegahan)	<p>a. Cara yang paling efektif untuk meminimumkan biaya kualitas tetapi tetap mempertahankan kualitas yang tinggi.</p> <p>b. Berkaitan dengan aktivitas untuk mengurangi jumlah produk atau jasa yang cacat.</p> <p>c. Bertujuan untuk mencegah kegagalan internal dan eksternal.</p> <p>d. Berkaitan dengan penyiapan dan pelaksanaan program-program pelatihan yang berkaitan dengan kualitas.</p>	Ordinal
	<i>Appraisal Cost</i> (Biaya Penilaian)	<p>a. Biaya yang dikeluarkan untuk menguji dan menginspeksi produk/jasa.</p> <p>b. Termasuk ke kegiatan pengendalian, dan belum ditemukan produk/jasa yang cacat.</p> <p>c. Mengidentifikasi produk/jasa yang cacat sebelum produk/jasa tersebut sampai pada konsumen.</p>	Ordinal
	<i>Internal Failure Cost</i> (Biaya Kegagalan Internal)	<p>a. Biaya yang dikeluarkan karena rendahnya kualitas yang ditemukan sejak penilaian awal tetapi belum sampai pada pelanggan.</p> <p>b. Biaya yang digunakan untuk memperbaiki kualitas produk/jasa yang buruk.</p> <p>c. Biaya yang meliputi sisa bahan, bahan yang ditolak, pengerjaan ulang produk/jasa yang cacat, dan waktu yang terbuang karena masalah kualitas.</p>	Ordinal
	<i>Eksternal Failure Cost</i> (Biaya Kegagalan Eksternal)	<p>a. Biaya yang terjadi dalam rangka meralat cacat kualitas setelah produk/jasa sampai pada pelanggan.</p> <p>b. Biaya Penanganan Keluhan Pelanggan, yaitu biaya investigasi dan penanganan keluhan yang dibenarkan sehubungan dengan produk rusak yang diterima konsumen.</p>	Ordinal

Tabel 2 Definisi Operasionalisasi Variabel Dependen

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Profitabilitas	Peningkatan profitabilitas	a. Tujuan utama setiap perusahaan adalah mendapatkan profit/laba. b. Meningkatnya efisiensi dan efektifitas perusahaan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. c. Kualitas produk/jasa akan berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan. d. Kinerja perusahaan akan berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan. e. Pengendalian biaya kualitas dibutuhkan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. f. Pembuatan program peningkatan kualitas dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. g. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.	Ordinal

Pengujian Data

Uji Validitas

Setelah dilakukan pengumpulan data, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas pada kuesioner yang telah disebarkan. Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat mengukur data itu valid. Validitas menunjukkan bahwa suatu pengujian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Jogiyanto, 2004). Validitas dapat berupa validitas eksternal dan validitas internal. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas internal. Validitas internal menunjukkan kemampuan dari instrument riset mengukur apa yang seharusnya diukur dari suatu konsep (Jogiyanto, 2004). Validitas internal dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu validitas isi, validitas berhubungan dengan kriteria, dan validitas konstruk. Validitas internal yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, karena digunakan untuk menunjukkan seberapa baik hasil-hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukur sesuai dengan teori-teori yang digunakan suatu konstruk (Jogiyanto, 2004). Analisis ini digunakan dengan menggunakan *Analysis Correlation Person*. Suatu data dikatakan valid bila *loading factor* >0,4.

Uji Reliabilitas

Realibilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Realibilitas berbeda dengan validitas karena memusatkan perhatian pada konsistensi dan memperhatikan masalah ketepatan. Realibilitas mencakup dua hal, yaitu stabilitas ukuran dan konsistensi internal ukuran. Pengujian realibilitas pada pengujian ini menggunakan konsistensi internal ukuran yang merupakan indikasi homogenitas item-item yang ada dalam ukuran yang menyusun konstruk.

Pengujian realibilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan relatif konsisten dan akan menghasilkan data yang sama bila digunakan dua kali atau lebih. Pengujian realibilitas ini dilakukan pada butir-butir pernyataan yang telah valid. Tinggi rendahnya realibilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien realibilitas yang secara teoritis nialinya berkisar antara 0,00-1,00.

Hipotesis Penelitian

Pada penelitian ini, penulis melakukan pengujian hipotesis yang berkenaan dengan signifikansi atau tidaknya hubungan variable X terhadap variable Y. Hipotesis Null (H0) menyatakan tidak terdapatnya hubungan yang tidak signifikan dari variable independen terhadap variable dependen. Hipotesis Alternatif (H1) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dari variable independen terhadap variabel dependen. Hipotesis tersebut dinyatakan sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan.

H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan.

Uji Statistik

Analisis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana untuk hipotesis yang diasumsikan dalam penelitian ini (untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar objek yang diteliti). Menurut Sugiyono (2005:243–244) dikemukakan bahwa: “Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal antara variable independen dengan variable dependen”.

Persamaan umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen.

b = Koefisien regresi

a = Konstanta

X = Variabel independen

Dimana a dan b dapat dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan:

n = banyaknya sampel

Σ = jumlah

Sudjana (2002: 252) mengemukakan koefisien korelasi (r) digunakan rumus pearson yaitu:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

PEMBAHASAN

The Majesty Hotel and Apartment sudah mengeluarkan biaya–biaya yang berkaitan dengan peningkatan kualitas jasa hotel. Biaya–biaya tersebut disebut sebagai biaya kualitas, hanya saja belum diklasifikasikan ke dalam empat golongan biaya kualitas. Biaya–biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan menghasilkan kualitas jasa yang baik:

1. Biaya pencegahan (*prevention costs*)
 - 1) Biaya perawatan mesin dan peralatan.
Pengeluaran biaya perawatan mesin untuk alat kebersihan kamar memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan tingkat hunian kamar. Kamar yang kondisi AC-nya baik akan memberikan kenyamanan dan nilai tambah terhadap penjualan kamar.
 - 2) Biaya training pekerja.
Biaya pendidikan dan pelatihan bagi karyawan dapat meningkatkan mutu terhadap tingkat hunian di dalam hotel.
 - 3) *Paper-Stationary printing*.
Perlengkapan berupa alat tulis untuk keperluan tamu seperti brosur, map, bullpen, kertas surat, dll sudah terpenuhi di setiap kamar hotel.
2. Biaya penilaian (*appraisal costs*)
 - 1) *Cleaning equipment expense*
Biaya untuk menjaga dan mengontrol peralatan-peralatan di dalam kamar agar meningkatkan mutu dan tingkat hunian kamar.
3. Biaya kegagalan internal (*internal failure costs*), terdiri dari:
 - 1) Biaya perbaikan kerusakan mesin karena terjadi kegagalan produk.
4. Biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*), terdiri dari:
 - 1) Biaya penanganan keluhan pelanggan.

Berdasarkan penelitian, penerapan biaya kualitas pada The Majesty Hotel and Apartment sudah memadai karena perusahaan terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk maupun jasa perusahaan dan jarang sekali terjadi keluhan dari pelanggan. The Majesty Hotel and Apartment juga sudah menganggarkan biaya untuk peningkatan dan pengendalian kualitas, baik untuk pengembangan maupun perbaikan kualitas produk maupun jasa perusahaan. Biaya kualitas ini mencakup kegiatan pelatihan karyawan (*training*), inspeksi dan evaluasi yang dilakukan untuk mengecek kualitas.

Biaya kualitas yang ada di The Majesty Hotel and Apartment dilaporkan kepada manajer dalam bentuk laporan keuangan pada umunya dari tiap-tiap departemen, tidak diklasifikasikan ke dalam empat golongan biaya kualitas. Laporan tersebut diberikan pada manajer (*General Manager*) untuk ditinjau ulang dan kemudian dilaporkan kepada Direktur untuk dipertanggungjawabkan.

Hasil Uji Validitas

Berdasarkan uji validitas ini, dapat diambil kesimpulan bahwa data kuersioner atas total keseluruhan jawaban pertanyaan mengenai variabel independen (biaya kualitas) dan variabel dependen (profitabilitas) dikatakan valid, karena nilai Pearrson Correlation sebesar $0,617 > 0,4$. Hasil ini menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan (kuersioner) memiliki ketepatan dan kecermatan sebesar 61,7% dalam hal menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian kuersioner mengukur biaya kualitas dan tingkat profitabilitas perusahaan.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas terhadap biaya kualitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,3$. Hal ini berarti bahwa data penelitian variable independen (Biaya Kualitas) dikatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian atas hasil kuersioner dimana terdapat 12 pertanyaan yang berkaitan dengan biaya kualitas perusahaan., menunjukkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,3$.

Maksudnya pertanyaan kuersioner ini selain valid juga reliable, karena mengukur setiap pertanyaan dengan konsisten berkali-kali, dengan nilai Cronbach's Alpha berada pada nilai antara 0.5-0.7.

Sedangkan uji reliabilitas terhadap biaya kualitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha > 0,3. Hal ini berarti bahwa data penelitian variable dependen (Profitabilitas) dikatakan reliabel. Berdasarkan hasil pengujian atas hasil kuersioner dimana terdapat 7 pertanyaan yang berkaitan dengan mengenai tingkat profitabilitas perusahaan, menunjukkan nilai Cronbach's Alpha > 0,3. Maksudnya pertanyaan kuersioner ini selain valid juga reliable, karena mengukur setiap pertanyaan dengan konsisten berkali-kali, dengan nilai Cronbach's Alpha berada pada nilai antara 0.7-0.8.

Analisis Regresi Sederhana

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Sederhana

Model Summary(b) Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.617(a)	.381	.359	2.18260

- Angka *R-square* adalah 0,381
R-Square dapat disebut koefisien determinasi, yang dalam hal ini berarti 38,1% peningkatan terhadap profitabilitas dapat dijelaskan oleh variabel biaya kualitas. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 61,9% dijelaskan oleh faktor lain selain biaya kualitas yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
- *Standard error of estimates* adalah 2,18260
Merupakan tingkat kesalahan yang mungkin timbul sehingga setelah diperhitungkan kembali, maka *adjusted R-Square* adalah sebesar 0,359.

Tabel 4 Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error Beta			
1	(Constant)	11.571	4.586		2.523	.018
TOT_BK		.398	.096	.617	4.151	.000

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai:

a = konstanta sebesar 11,571. Artinya jika X = 0 maka Y akan bertambah sebesar a yaitu 11,571 kali.

b = koefisien regresi sebesar 0,398. Artinya setiap penambahan X sebesar 1 (satu) satuan maka Y akan bertambah sebesar 0,398 kali.

Maka, model atau persamaan regresi linear dalam penelitian ini adalah

$$Y = 11,571 + 0,398X$$

Signifikansi dari uji individu masing-masing dari koefisien regresi.

Signifikansi = 0,000 dan yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Nilai signifikansi < α , maka H1 diterima dan H0 ditolak, jadi koefisien regresi berpengaruh.

Setelah melakukan analisis hipotesis, penulis membuktikan bahwa terdapat

pengaruh yang signifikan antara biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji regresi sederhana, dimana dapat dilihat nilai signifikansi menunjukkan angka yang lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka H_1 diterima sehingga dapat ditarik kesimpulan hipotesa penulis "Terdapat hubungan yang signifikan antara biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan" diterima.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di The Majesty Hotel and Apartment mengenai Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan biaya kualitas pada The Majesty Hotel and Apartment sudah memadai karena perusahaan terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk maupun jasa perusahaan dan jarang sekali terjadi keluhan dari pelanggan.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji regresi sederhana.

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti yang sekaligus sebagai penulis memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan harus terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk maupun jasa yang diberikan, terutama dalam hal karena dengan demikian dapat menekan biaya kualitas yang akhirnya akan menekan biaya produksi dan dapat meningkatkan laba/profit.
2. Perusahaan sebaiknya menerapkan pelaporan biaya kualitas, dengan diklasifikasikan ke dalam empat golongan biaya kualitas, agar dapat terlihat dengan jelas komposisi dari masing-masing biaya kualitas dan dapat dilihat kekurangannya yang masih harus mendapatkan perhatian.

DAFTAR PUSTAKA

Cost Accounting A Managerial Emphasis (2000:30), Charles. T. Horngrendankawan-kawan

Hansen & Mowen. 2001. Manajemen Biaya, Edisi Bahasa Indonesia, Buku Dua, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

Hansen dan Mowen dalam bukunya Management Accounting (2004:40)

Henry Simamora. 2002. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Salemba Empat.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002:849)

Kotler, Phillip. 2000. Manajemen Pemasaran, Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Erlangga.

Mulyadi. 2005. Akuntansi Biaya, edisi ke-6. Yogyakarta: STIE YKPN.

Supriyono. 2000. AkuntansiBiaya, Buku 1, edisidua. Yogyakarta: BPFE.

www.magmutual.com

tryusnita.wordpress.com

www.excellentguru.com