

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini kualitas telah menjadi dimensi kompetitif yang penting bagi perusahaan manufaktur maupun jasa. Ukuran yang esensial untuk suatu produk yang dikatakan berkualitas adalah jika suatu produk dengan *performance* yang baik dan harus memenuhi kriteria kepuasan konsumen. Secara fundamental Mark A. Fryman (2002:3) mendefinisikan, “...*Quality is giving the customer the right thing right the first time.*” Oleh karenanya dalam menghadapi persaingan global dunia bisnis mencakup kemampuan suatu perusahaan:

- (1) untuk mengerti apa yang diinginkan konsumen dan berusaha untuk memenuhinya pada tingkat biaya yang paling rendah.
- (2) menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen dengan kualitas yang tinggi dan reliabilitas yang konsisten.
- (3) senantiasa mengikuti perkembangan teknologi, politik dan sosial yang terjadi di lingkungan perusahaan.
- (4) dapat memprediksi apa yang diinginkan konsumen bahkan sampai dekade sepuluh tahun mendatang

Perusahaan yang mampu memenuhi kriteria-kriteria di atas akan dapat mempertahankan pasarnya dan meningkatkan profitabilitasnya.

Perkembangan konsep kualitas ini menjadi semakin luas dengan munculnya beberapa tokoh yang merumuskan filosofi yang dapat membantu perusahaan

---

meningkatkan kualitas produk yang dihasilkannya. Beberapa tokoh yang sangat berperan dalam konsep kualitas diantaranya (Monika Kussetya Ciptani dalam [www.Petra.ac.id/~puslit/journals/articles.php?Published](http://www.Petra.ac.id/~puslit/journals/articles.php?Published)):

### 1. Dr. W. Edwards Deming

Menurut pendapat Deming (N.Logothesis, 1991:29), peningkatan kualitas suatu produk bukanlah tanggung jawab bagian quality control tapi juga melibatkan peran departemen-departemen dalam organisasi secara keseluruhan termasuk top manajer. Dalam pendekatannya, Deming lebih menekankan pada variasi penyimpangan produk, pengembangan kualitas produk secara kontinyu, dan optimalisasi keseluruhan sistem yang ada dalam perusahaan.

### 2. Dr. Joseph Juran

Menurut pendapat Dr. Juran untuk menentukan kualitas suatu produk harus ada perencanaan terlebih dahulu tidak terjadi secara kebetulan saja, sehingga Juran merumuskan tiga konsep mengenai kualitas yaitu: *Quality Planning, Quality Control, Quality Improvement*. Ketiga konsep ini menjadi dasar dalam meningkatkan kualitas produk perusahaan dan memberikan *competitive advantage* bagi perusahaan. Juran juga memfokuskan konsep kualitasnya pada pencegahan produk yang menyimpang dari nilai target melalui peningkatan tanggung jawab manajer untuk mengawasi kualitas dari aktivitas produksi yang berlangsung.

### 3. Philip B. Crosby

Crosby lebih menitikbertakan pada integritas kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan serta sistem perusahaan dan operasionalnya haruslah didesain sedemikian rupa untuk menghasilkan produk yang memenuhi kepuasan konsumen. Manajemen kualitas menurut Crosby (N.Logothetis, 1991:83) meliputi hal-hal sebagai berikut:

- ✓ Definisi kualitas adalah *conformance* dan bukan kemewahan
- ✓ Inti dari sistem kualitas adalah *prevention* (pencegahan)
- ✓ Standard performance adalah konsep *Zero-Defect*
- ✓ Pengukuran kualitas suatu produk adalah harga yang dikorbankan karena menghasilkan produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi.

Dalam hal ini Crosby menganjurkan agar perusahaan melakukan kualitas produk yang dihasilkan dan melaporkannya. Pengukuran kualitas ini dapat diketahui dari pengukuran jumlah produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi.

Dengan adanya konsep pengembangan kualitas yang dipelopori oleh Deming, Juran, dan Crosby ini membuka fenomena baru bagi dunia usaha bisnis terutama agar perusahaan bisa menjadi market leader dalam persaingan bisnis.

Tuntutan pasar yang mewajibkan perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas, harus dipenuhi oleh perusahaan dengan melaksanakan program pengendalian kualitas dengan membentuk departemen pengendalian kualitas. Menurut Nurhidayati Dwiningsih (2006:18) departemen pengendalian kualitas ini sangat berperan penting dalam kelangsungan hidup perusahaan, terutama dalam

---

hal reputasi perusahaan, keandalan produk, dan keterlibatan global. Maka dari itu, program pengendalian kualitas ini diharapkan harus mampu dilaksanakan oleh perusahaan agar terus menjaga kualitas produknya, sehingga produk tersebut memperoleh kepercayaan konsumen sepenuhnya dan tingkat *demand* akan produk yang dihasilkan perusahaan tinggi.

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk pengendalian kualitas merupakan biaya kualitas. Pengertian biaya kualitas menurut Hansen dan Mowen (2005:7):

“Biaya kualitas adalah biaya yang timbul karena kemungkinan dari produk yang dihasilkan bermutu jelek atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen.”

Terdapat dua kelompok besar dalam biaya kualitas, yaitu biaya untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan biaya yang harus dikeluarkan karena menghasilkan produk cacat. Menurut Russell (1996), secara keseluruhan, biaya kualitas tersebut meliputi: (Ariani, 2003:9)

1. **Biaya untuk menghasilkan produk yang berkualitas (*cost of achieving good quality*)**, yaitu biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk membuat produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan pelanggan, meliputi:
  - a. **Biaya pencegahan (*prevention costs*)**, yaitu biaya untuk mencegah kerusakan atau cacat produk.
  - b. **Biaya penilaian (*appraisal costs*)**, yaitu biaya yang harus dikeluarkan untuk mengadakan pengujian terhadap produk yang dihasilkan.
2. **Biaya yang harus dikeluarkan karena perusahaan menghasilkan produk cacat (*cost of poor quality*)**, meliputi:
  - a. **Biaya kegagalan internal (*internal failure costs*)**, yaitu biaya yang harus dikeluarkan karena perusahaan telah menghasilkan produk yang cacat tetapi cacat produk tersebut telah diketahui sebelum produk tersebut sampai kepada pelanggan.
  - b. **Biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*)**, yaitu biaya yang harus dikeluarkan karena menghasilkan produk cacat dan produk ini telah diterima oleh konsumen.

---

Jika suatu perusahaan ingin membuat struktur laporan biaya kualitas, pertama kali yang dilakukan yaitu perusahaan harus mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan ke dalam kategori biaya kualitas tersebut. Dengan dilakukannya identifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan ke dalam kategori biaya kualitas, perusahaan dapat melakukan usaha untuk mencegah dan mendeteksi kualitas yang jelek yang mungkin terjadi, serta dapat mengetahui respon atas kualitas terhadap produk yang dihasilkan.

Tujuan pembuatan struktur laporan biaya kualitas yaitu agar pihak manajemen dapat mengevaluasi kemajuan perbaikan kualitas secara terus-menerus, untuk menentukan efektivitas dan efisiensi pengendalian kualitas dalam perusahaan. Pengendalian kualitas dikatakan efektif dan efisien apabila total biaya kegagalan internal maupun total biaya kegagalan eksternal terus menurun, sehingga total biaya kualitas juga terus menurun. Biaya kegagalan dapat dikurangi dengan cara mengeluarkan atau mengalokasikan dana yang lebih besar pada aktivitas pencegahan dan penilaian.

CV. Tanur Jaya Indonesia (selanjutnya akan disebut CV. TJI) adalah perusahaan yang bergerak dalam industri kosmetik bedak obat sejak tahun 1986. Produk yang dibuat perusahaan bertujuan untuk mengurangi rasa gatal akibat biang keringat, mencegah dan mengurangi flek – flek hitam pada kulit, mengurangi bau badan, dan untuk melindungi pakaian dari kotoran keringat. Pada tahun 1992, kegiatan perusahaan terhenti karena alasan internal. Pada tahun 2006, tepatnya pada bulan Januari perusahaan kembali beroperasi dengan nama bendera yang sama CV. TJI, dengan nama produk yang sama yaitu Yulianna. Walaupun bedak

---

obat *Yulianna* merupakan brand bedak obat yang pernah berada dipasaran selama kurun waktu 1986 – 1992, produk ini pernah berhenti beredar selama 14 tahun, sehingga peluncuran kembali produk bedak obat *Yulianna* pada tahun 2006 dapat dikatakan merupakan peluncuran produk baru. Dalam memproduksi, perusahaan sangat memperhatikan kualitasnya karena produk yang baru dipasarkan ke masyarakat ini akan sangat sensitif terhadap reaksi dan *demand* dari masyarakat. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk membahas mengenai biaya kualitas lebih lanjut.

Adapun judul dari penulisan skripsi ini adalah “**Analisa Biaya Kualitas Sebagai Sarana Evaluasi Dalam Upaya Meningkatkan Profitabilitas** (Studi Kasus pada CV Tanur Jaya Indonesia, Tasikmalaya)”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah pokok yang akan mendasari penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana mengklasifikasikan biaya kualitas ke dalam kategori biaya pencegahan (*prevention costs*), biaya penilaian (*appraisal costs*), biaya kegagalan internal (*internal failure costs*), dan biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*), serta menyusunnya ke dalam struktur laporan biaya kualitas.
2. Bagaimana mengevaluasi efektivitas dan efisiensi dari biaya kualitas CV.TJI.

3. Bagaimana memisahkan biaya campuran kualitas menjadi komponen tetap dan variabel membuat persamaan regresi atas biaya tersebut serta menganalisis hubungan (korelasi) dan pengaruhnya terhadap struktur biaya kualitas.
4. Bagaimana proyeksi efek perubahan profitabilitas setelah diketahui persamaan regresi dari pengendalian biaya kualitas.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk dapat mengklasifikasikan biaya kualitas ke dalam kategori biaya pencegahan (*prevention costs*), biaya penilaian (*appraisal costs*), biaya kegagalan internal (*internal failure costs*), dan biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*), serta menyusunnya ke dalam struktur laporan biaya kualitas.
2. Untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi dari biaya kualitas CV. TJI.
3. Untuk memisahkan biaya campuran kualitas yang ada di perusahaan menjadi komponen tetap dan variabel serta membuat persamaan regresi atas biaya tersebut serta menganalisis hubungan (korelasi) dan pengaruhnya terhadap struktur biaya kualitas.
4. Untuk mengetahui efek perubahan profitabilitas setelah diketahui persamaan regresi dari pengendalian biaya kualitas.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

- **Bagi perusahaan**

Memberikan masukan dalam mengambil kebijakan serta membantu dalam menentukan strategi yang tepat pada masa yang akan datang sehubungan dengan penerapan biaya kualitas.

- **Bagi penulis**

Untuk menambah pengetahuan serta wawasan penulis dalam penerapan teori-teori Akuntansi Manajemen yang telah dipelajari selama kuliah, khususnya tentang analisis biaya kualitas, dan untuk memenuhi persyaratan akademis untuk mengikuti sidang sarjana lengkap di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

- **Bagi akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan sebagai bahan referensi untuk mereka yang ingin melakukan penelitian mengenai analisis biaya kualitas, khususnya untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi pengendalian kualitas.

#### **1.5 Rerangka Pemikiran**

Kualitas dalam dimensi produk maupun jasa sangat memegang peranan penting bagi keberadaan perusahaan di dunia industri. Banyak perusahaan terus-menerus memperbaharui kualitasnya agar menjadi *leader* dalam bidangnya. Berbagai

---

usaha dilakukan perusahaan untuk mendapat kepercayaan dan menjadi *brand* tersendiri bagi masyarakat. Walaupun kualitas merupakan salah satu faktor yang penting bagi perusahaan dalam menghasilkan produknya, perusahaan pun harus memperhitungkan *benefit* dan *cost* dalam usaha pencapaian menjadi barang berkualitas no. 1 di bidangnya. Jangan sampai *benefit* yang diterima lebih kecil manfaatnya daripada *cost* yang dikeluarkan perusahaan. Di sinilah peran akuntansi manajemen yaitu untuk menyediakan informasi perihal memaksimalkan kualitas produk yang dihasilkan dengan memperhitungkan efektivitas dan efisiensi dari biaya kualitas, menjamin kelancaran proses produksi dalam memenuhi permintaan konsumen secara tepat, serta bertanggungjawab dalam mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan seluruh biaya selama proses produksi sumber daya secara optimal.

Dengan adanya peningkatan kualitas akan menyebabkan terjadinya penurunan biaya (*cost*). Sehingga perusahaan dapat menekan biaya kualitas (*cost of quality*) dan meningkatkan produktivitas (*productivity*) kinerjanya. Apabila biaya kualitas (*cost of quality*) sudah terkendali dengan baik, maka memberikan dampak positif bagi perusahaan, yaitu produk yang dihasilkan terminimalisasi dari kerusakan, sehingga terhindar dari pemborosan (*waste*) dan inefisiensi. Selain itu, yang paling penting adalah pelanggan akan bersikap percaya dan *loyal* terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. .

Menurut Horngren, Foster dan Datar dalam buku *Cost Accounting: A Managerial Emphasis* (2003:654):

*“The American Society for Quality Control defines quality as the total features and characteristics of a product or a service made are performed*

---

*according to specifications, to satisfy consumers at the time of purchase and during use.”*

Jadi kualitas merupakan kata yang mengandung arti relatif dan digunakan untuk menilai atau menentukan tingkat kesesuaian suatu barang atau jasa terhadap persyaratan atau spesifikasinya. Bila persyaratan tersebut dipenuhi, berarti barang atau jasa tersebut kualitasnya baik, dan jika tidak memenuhi syarat berarti barang atau jasa tersebut kualitasnya jelek.

Masih menurut Horngren, Foster dan Datar dalam buku yang sama yaitu *Cost Accounting: A Managerial Emphasis* (2003:655):

*“The cost of quality (COQ) refer to the costs incurred to prevent, or costs arising as a result of production a low-quality product.”*

Dengan demikian, biaya kualitas merupakan biaya-biaya yang timbul untuk mencegah terjadinya atau karena terjadinya kualitas yang rendah.

Sementara itu, menurut Hansen dan Mowen (2005 dalam Fitriyani dan Arnos, 7) pengertian biaya kualitas yaitu:

*“Biaya kualitas adalah biaya yang timbul karena kemungkinan dari produk yang dihasilkan berkualitas jelek atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen”.*

Sedangkan menurut pengertian biaya kualitas (*cost of quality*) dari Zulfadli adalah; (Zulfadli, 2004,3)

Biaya kualitas (*cost of quality*) adalah biaya yang dikeluarkan (oleh perusahaan selama proses produksi) untuk membuat produk yang sesuai dengan standar mutu atau kualitas, termasuk pemborosan yang terjadi.

Biaya kualitas tersebut terdiri dari macam-macam biaya yang digunakan untuk mencegah serta memperbaiki kualitas produk yang dihasilkan. Apabila dikategorikan, maka biaya kualitas tersebut terbagi menjadi empat kategori, yaitu:

- 
1. **Biaya pencegahan (*prevention cost*)**, yaitu biaya yang terjadi untuk mencegah kerusakan produk atau jasa yang diproduksi. Biaya ini mencakup pencegahan terhadap desain produk atau sistem produksi, termasuk biaya perbaikan sistem kualitas. Jika terjadi kenaikan biaya pencegahan kita mengharapkan terjadinya penurunan biaya kegagalan. Jadi biaya pencegahan terjadi dalam rangka untuk menurunkan jumlah unit produk atau jasa yang mengalami ketidaksesuaian.
  2. **Biaya penilaian (*appraisal cost*)**, yaitu biaya yang terjadi untuk menentukan apakah produk atau jasa tersebut telah sesuai dengan standar mutu. Biaya penilaian ini termasuk biaya inspeksi bahan baku, inspeksi produk selama dan setelah produksi, serta perolehan informasi mengenai kepuasan konsumen. Tujuan utama fungsi ini adalah untuk mencegah pengiriman barang yang tidak sesuai dengan persyaratan kepada pelanggan.
  3. **Biaya kegagalan internal (*internal failure cost*)**, yaitu biaya yang dikeluarkan karena produk tidak sesuai dengan persyaratan serta hal tersebut terdeteksi sebelum produk dikirim kepada pelanggan. Kegagalan ini terdeteksi oleh aktivitas-aktivitas penilaian. Biaya ini tidak timbul jika tidak ada kerusakan.
  4. **Biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*)**, yaitu biaya yang terjadi karena produk atau jasa gagal memenuhi persyaratan yang ditetapkan setelah produk tersebut dikirim ke konsumen. Biaya ini diantaranya adalah biaya garansi, perjalanan dinas, serta keluhan konsumen.

---

Dari segi akuntansi, terdapat dua tipe biaya kualitas, antara lain: (Hansen dan Mowen, 2005 dalam Fitriyani dan Arnos, 9)

**1. Biaya kualitas yang terlihat (*observable quality costs*)**

Adalah biaya yang disajikan dalam catatan akuntansi organisasi.

**2. Biaya kualitas yang tersembunyi (*hidden costs*)**

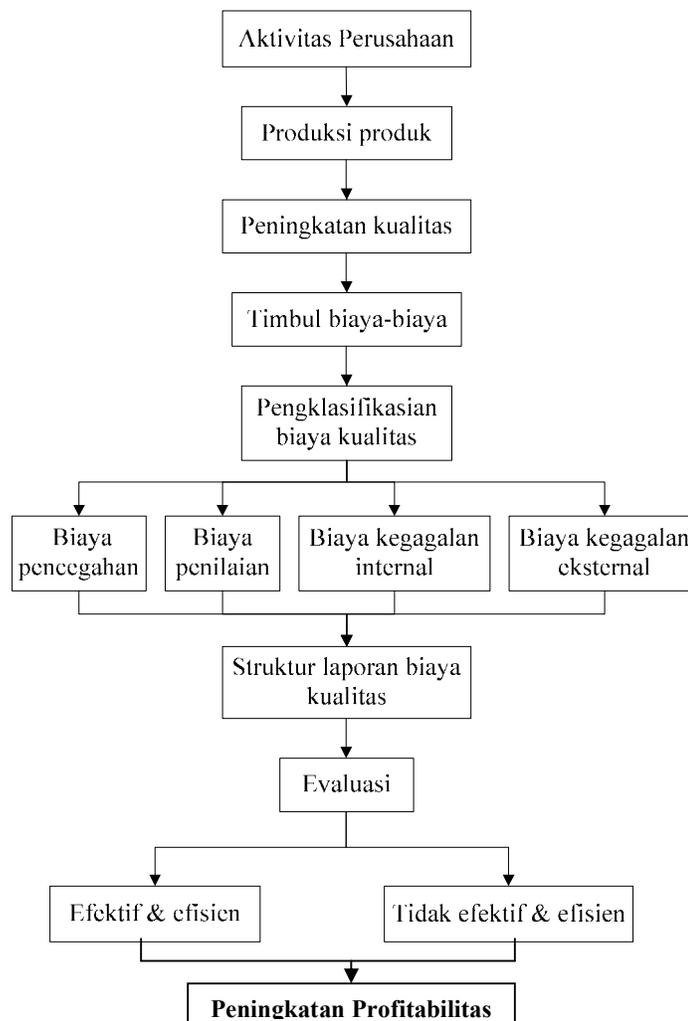
Adalah biaya oportunitas yang terjadi karena kualitas jelek (biaya oportunitas biasanya tidak disajikan dalam catatan akuntansi). Pengecualian pada biaya kehilangan penjualan, biaya ketidakpuasan pelanggan, dan biaya kehilangan pangsa pasar, semua biaya kualitas adalah dapat terlihat dan dicatat dalam catatan akuntansi. Biaya tersembunyi adalah semua biaya yang berada dalam kategori produk gagal eksternal. Biaya kualitas yang tersembunyi bisa menjadi besar dan karena itu harus diestimasi.

Apabila suatu perusahaan ingin membuat struktur laporan biaya kualitas, pertama kali yang harus dilakukan yaitu perusahaan harus mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan ke dalam kategori biaya kualitas tersebut. Dengan dilakukannya identifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan ke dalam kategori biaya kualitas, perusahaan dapat melakukan usaha untuk mencegah dan mendeteksi kualitas yang jelek yang mungkin terjadi, serta dapat mengetahui respon atas kualitas terhadap produk yang dihasilkan.

Struktur laporan biaya kualitas ini berguna bagi pihak manajemen untuk dapat mengevaluasi kemajuan perbaikan kualitas secara terus-menerus, untuk menentukan efektivitas dan efisiensi pengendalian kualitas dalam perusahaan. Pengendalian kualitas dikatakan efektif dan efisien apabila biaya total kegagalan internal maupun biaya total kegagalan eksternal terus menurun, sehingga biaya total kualitas juga terus menurun. Biaya kegagalan dapat dikurangi dengan cara mengeluarkan atau mengalokasikan dana yang lebih besar pada aktivitas pencegahan dan penilaian.

Jadi dengan diterapkannya biaya kualitas, perusahaan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan persyaratan pelanggan dan bisa melakukan efektivitas dan efisiensi di seluruh operasi sehingga harga produk yang dihasilkan lebih kompetitif. Dampak dari semua itu adalah meningkatnya kepercayaan pelanggan, meningkatnya citra perusahaan yang semakin diakui dalam jaminan kualitas produknya, serta meningkatnya tingkat pendapatan perusahaan karena penjualan yang terus meningkat. Adapun bagan dari kerangka pemikiran tersebut di atas sebagai berikut:

**Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran**



## 1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis, yaitu merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan serta menganalisis data atau informasi yang berhubungan dengan objek yang diteliti sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas serta menarik simpulan terhadap objek penelitian tersebut.

Data yang diperoleh dari objek penelitian ini akan dilakukan pengolahan, kemudian dianalisa dan dibandingkan dengan teori-teori yang telah dipelajari. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis antara lain:

### 1. Data primer (*primary data*)

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

### 2. Data sekunder (*secondary data*)

Data sekunder merupakan data sumber penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Dua macam jenis data sekunder, yaitu:

- a. Data internal, merupakan data yang berasal dari dalam perusahaan, seperti struktur organisasi, *job description*, proses produksi serta data-data tentang pendapatan dan biaya-biaya yang ada dalam perusahaan.

- b. Data eksternal, merupakan data yang berasal dari literatur, buku-buku, internet, dan catatan perkuliahan sebagai acuan penelitian dan pengolahan data penelitian yang berhubungan dengan topik yang akan dibahas.

### **1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dalam upaya pengumpulan data sekaligus sebagai objek penelitian yaitu CV. TJI yang berpusat di kota Tasikmalaya, dengan alamat :

CV. TJI (CV. Tanur Jaya Indonesia)

Factory : Jl. SL. Tobing No. 12 Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

*Phone* : + 62 – 265 - 331. 380

*Fax* : + 62 – 265 - 337. 337

Waktu penelitian dilakukan dari bulan September sampai dengan Desember 2007.