

**ANALISA PENERAPAN BIAYA DAN PENGARUHNYA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA PT.ANDALAS BERSAMA CORP.****Oleh : Rosmegawati dan Helmut Tambunan, S.Sos., MM****ABSTRACT**

*Based on the research conducted by the author, it was obtained that PT. ANDALAS TOGETHER. apply quality costs by grouping them according to the group of authorities and responsible for the costs incurred in the company. Between quality and sales costs there is a significant relationship or negative influence. This means that increasing quality costs can cause sales to decline. This is due to the decline in product quality due to production abnormalities due to lack of workforce and the presence of several new employees. The percentage of total quality costs for company sales is still quite high, which ranges from 16-25%, far from the ideal standard of only 2.5%. this shows that the company has not succeeded in implementing quality control.*

*The author submits so that the classification of quality costs at the company is not only grouped based on the authorities for the occurrence of these costs, but also based on the characteristics of each quality cost. It is better for companies to prepare a budget to determine the quality standard of quality so that no more than 2.5% of sales of companies need to provide adequate training and more supervision to employees in carrying out production activities.*

## 1. PENDAHULUAN

Dalam era industrialisasi yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam dunia industri akan memberikan perhatian penuh kepada kualitas. Hal ini berarti jika pelaku bisnis atau perusahaan ingin tetap bertahan atau menang dalam kondisi yang terjadi dengan menetapkan suatu kebijaksanaan strategi yang tepat yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan dan internal perusahaan. Melihat keinginan konsumen, setiap perusahaan harus bias menghasilkan produk yang semakin berkualitas tinggi, dengan biaya yang semakin rendah, dengan harga produk yang layak, memiliki keunggulan terhadap mutu yang diminta, kegiatan promosi yang lebih efektif, serta proses pendistribusian produk yang semakin cepat kepada para konsumennya dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya.

Perhatian penuh pelaku bisnis atau perusahaan kepada kualitas akan memberikan dampak positif kepada bisnis melalui dua cara yaitu ; dampak kepada biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan. Dampak terhadap biaya produksi terjadi melalui proses pembuatan produk yang memiliki derajat konformansi ( conformance ) yang tinggi terhadap standar-standar sehingga bebas diri terhadap tingkat kerusakan yang mungkin.

Perhatikan kualitas akan menghasilkan produk berkualitas yang bebas dari kerusakan. Itu berarti dihindarkan terjadinya pemborosan dan inefisiensi sehingga biaya produksi per unit akan menjadi rendah yang pada gilirannya akan membuat harga produk menjadi lebih kompetitif.

Dampak terhadap peningkatan pendapatan terjadi melalui peningkatan penjualan atas produk berkualitas yang berharga kompetitif. Produk – produk yang berkualitas yang dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk

itu . karena setiap konsumen pada umumnya akan memaksimalkan kualitas dalam mengkonsumsi produk. Jelas bahwa produk-produk berkualitas tinggi pada tingkat harga yang kompetitif (karena ongkos produksi yang terlalu rendah) akan dipilih oleh konsumen. Hal ini akan meningkatkan dari produk-produk itu yang berarti pula meningkatkan pangsa pasar (market share) sehingga pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Sejarah menunjukkan bahwa kebangkitan Jepang dalam bidang industri setelah kekalahannya dalam perang dunia II dimulai dengan membangun sistem kualitas modern. Pembangunan sistem itu dipicu oleh W.Edward Deming yang berbicara di depan ilmuwan dan insinyur Jepang pada tahun 1950. Keberhasilan yang praktis dari industri Jepang dalam meningkatkan kualitas ini menjadi pusat perhatian berbagai Negara yang tertarik untuk mempelajari bagaimana strategi perusahaan –perusahaan Jepang dalam menerapkan manajemen kualitas. Dari hasil studi tentang keberhasilan perusahaan-perusahaan industri kelas dunia yang berhasil mengembangkan konsep kualitas dalam perusahaan, lahirlah apa yang disebut sebagai manajemen kualitas terpadu (Total Quality Management / TQM).

Penekanan utama didalam TQM adalah pada kualitas yang didefinisikan dengan mengerjakan segala sesuatu dengan baik sejak dari awalnya dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan konsumen. Hal inilah yang melatarbelakangi konsep zero defect (cacat / kesalahan nol).

Keadaan ekonomi yang tidak stabil yang dialami Indonesia, seharusnya dapat menjadi dorongan terhadap perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk terus mencari cara maupun strategi yang tepat untuk dapat menyiasati keadaan ini. Salah satu alternatif baik yang dapat diterapkan adalah dengan melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas produk.

Konsep biaya kualitas adalah salah satu konsep yang mendukung perbaikan dan

peningkatan kualitas bagi perusahaan. Konsep biaya kualitas memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk dapat mengidentifikasi produk yang berkualitas. Identifikasi atas biaya kualitas yang termasuk dalam biaya pencegahan, biaya penilaian, ataupun biaya kegagalan memungkinkan perusahaan untuk merencanakan aktivitas produksi yang berkualitas, mengawasi pelaksanaan produksi tersebut. Sehingga terhindar dari kegagalan produk dalam upayanya memenuhi kepuasan pelanggan.

## 2. TUJUAN KEPUSTAKAAN

Dilihat dari segi pelanggannya, kualitas sering dikaitkan dengan nilai, kegunaan atau bahkan harga. Dan apabila dilihat dari segi produsen, kualitas dikaitkan dengan merancang membuat produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut J.M Juran (dalam Nasution, 2001:15), kualitas produk berhubungan dengan kecocokan penggunaan produk (fitness for use) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kecocokan penggunaan produk tersebut memiliki dua aspek utama, yaitu;

- Ciri-ciri produk yang memenuhi permintaan pelanggan.  
Ciri-ciri produk berkualitas tinggi adalah apabila memiliki ciri-ciri yang khusus atau istimewa berbeda dari produk pesaing dan dapat memenuhi harapan atau tuntutan sehingga dapat memuaskan pelanggan. Kualitas yang lebih tinggi memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, membuat produk laku terjual meningkatkan daya saing, meningkatkan pangsa pasar dan volume penjualan serta dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi.
- Bebas dari kelemahan.  
Suatu produk dikatakan berkualitas tinggi apabila didalam produk tidak terdapat kelemahan, tidak ada yang

cacat sedikitpun. Kualitas yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat meminimalkan tingkat kesalahan, meminimalkan pengerjaan kembali dan pemborosan, meminimalkan pembayaran biaya garansi, meminimalkan ketidakpuasan pelanggan, meminimalkan inspeksi dan pengujian, mempersingkat waktu pengiriman produk kepasar, memaksimalkan hasil dan utilisasi kapasitas produksi, serta memperbaiki kinerja penyampaian produk atau jasa kepada pelanggan.

### 2.1 Kualitas

Vincent Gaspersz (2001 : 5) juga menyatakan definisi kualitas yang diambilnya dari ISO 8402 (Quality Vocabulary), sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Kualitas sering kali diartikan sebagai kepuasan pelanggan (customer satisfaction) atau konfirmasi terhadap kebutuhan atau persyaratan (conformance to the requirements).

Berdasarkan pengertian kualitas yang ada Vincent Gaspersz (2001 : 5) menyimpulkan bahwa kualitas selalu berfokus pada pelanggan (customer focused quality). Dengan demikian produk-produk didesain, diproduksi serta pelayanannya diberikan untuk memenuhi keinginan-keinginan pelanggan. Karena kualitas mengacu segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan, suatu produk yang dihasilkan baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dapat dimanfaatkan dengan baik, serta diproduksi dengan cara yang baik dan benar.

Sedangkan Nasution dalam bukunya manajemen mutu terpadu (2001 : 16), menjabarkan beberapa definisi kualitas menurut pakar Total Quality Manajemen, antara lain :

- a. Crosby berpendapat bahwa kualitas adalah conformance to requirement, yaitu sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku proses produksi dan produk jadi.
- b. W.Edward Daming berpendapat bahwa kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen.
- c. Feigenbaum berpendapat bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (full customer satisfaction). Suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.
- d. Garvin berpendapat bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, / tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

### 1. Dimensi Kualitas

David Garvin (dalam Vincent Gaspersz, 2001 ; 37-38) mendefinisikan delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan untuk menganalisa karakteristik kualitas suatu produk, yaitu:

- a. Performansi ( performance) berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk.
- b. Features merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
- c. Keandalan (reability) berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu.

- d. Konformansi (conformance) berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
  - e. Durability merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan produk itu.
  - f. Kemampuan pelayanan (serviceability) merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, keramahan, kompetensi kemudahan serta kurasi dalam perbaikan.
  - g. Estetika (aesthetic) merupakan karakteristik yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi atau pilihan individual.
  - h. Kualitas yang dirasakan (perceived quality) bersifat subyektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk.
- Sedangkan untuk produk jasa, parasuraman, Zeithaml, dan Berry Nasution, (2001:17), mengidentifikasi lima penentuan kualitas jasa, yaitu;

- a. Keandalan, yakni kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terkaya dan akurat.
- b. Daya tanggap, yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- c. Kepastian, yakni pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
- d. Empati, yakni kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.
- e. Berwujud, yakni penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.

Berikut ini, memperhatikan contoh perbedaan dimensi berkualitas untuk barang dan jasa menurut Joseph S. Martinich (dalam Zulian Yamit, (2004 : 12)

**Tabel 2.1**  
**Contoh Dimensi Kualitas Barang dan Jasa Pelayanan**

<b>Karakteristik Kualitas</b>	<b>Barang (Komputer Nota Book)</b>	<b>Jasa Pelayanan (Bank Komersial)</b>
1. Performance	Kecepatan Proses	Kecepatan transaksi
2. Range of feature	Modern/networking	Transaksi luar negeri
3. Reliability/ durability	Waktu penggunaan hingga rusak	Pelayanan segera
4. Maintability/serviceability	Jumlah tempat untuk perbaikan yang tersedia	Telepon langsung
5. Sensory	Menarik	Fasilitas Lengkap
6. Ethics/image	Jaminan yang diberikan	Advertensi yang wajar

*Sumber: Zuliant Yamit, Manajemen Kualitas Produk dan Jasa (2001 : 12)*

Selain dimensi-dimensi kualitas yang dipaparkan diatas, masih ada konsep trilogy kualitas juran yang dikenal dengan “The Juran Trilogi” (dalam Vincent Gasperz, 2001 : 7-8), yaitu perencanaan kualitas (Quality Playnning), pengendalian kualitas (Quality Control), dan, perbaikan atau peningkatan kualitas (Quality Infromevment).

Perencanaan kualitas (quality planning) melibatkan aktivitas-aktivitas antara lain mengidentifikasi pelanggan, menentukan kebutuhan pelanggan, menciptakan keistimewaan produk, yng dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, dan menciptakan proses yang mampu menghasilkan keistimewaan produk dibawah kondisi operasi. Perencanaan kualitas seharusnya melibatkan partisipasi mereka yang akan dipengaruhi oleh perencanaan tersebut.

- a. Pengendalian kualitas (quality control) meliputi aktivitas-aktivitas antara lain mengevaluasi performansi aktual, membandingkan yang aktual dengan sasaran mengambil tindakan atas perbedaan yang aktual dan sasaran.
- b. Perbaikan atau peningkatan kualitas (quality improvement) meliputi aktivitas-aktivitas, antara lain menciptakan kesadaran dari kebutuhan dan kesempatan untuk memperbaiki atau peningkatan kualitas, mengemankan atau menugaskan peningkatan kualitas dan membuatnya

sebagai bagian dari setiap deskripsi pekerjaan, memberikan pelatihan tentang peningkatan kualitas dan lain sebagainya.

## **2. Tinjauan Atas Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajement)**

Bloche, Chen dan lain (1999:16) berpendapat bahwa pada dasarnya manejemen kualitas total (TOM) merupakan teknik dimana manajemen mengembangkan kebijakan-kebijakan dan praktik untuk meyakinkan bahwa produk dan jasa perusahaan memenuhi harapan pelanggan. Pendekatan ini meliputi peningkatan fungsionalitas produk (functionality), kehandalan (reability), ketahanan (durability), dan kemudahan produk untuk diperbaiki (serviceability)

Procter and Gamble (dalam Blocher, chen dan lain, 1999:209) mendefinisikan tentang Total Quality Manajement sebagai upaya yang dilakukan secara terus-menerus oleh setiap orang dalam organisasi untuk memahami , memenuhi dan melebihi harapan pelanggan.

Vincent Gasperz 2001:5-6 berpendapat bahwa pada dasarnya manajemen kualitas atau TQM didefinisikan suatu cara meningkatkan performansi secara terus mmenerus (continous performance improvement)pada setiap leveloperasi atau

proses dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi, dengan menggunakan semua sumber daya manusia dan modal yang tersedia sebagai upayahnya memenuhi kepuasan pelanggan.

ISO 8402 (Quality Vocabulary) dalam Vincent Gaspersz 2001:6) mendefinisikan setiap manajemen kualitas sebagai semua aktivitas dari fungsi manajemen keseluruhan yang menentukan kebijaksanaan kualitas, tujuan-tujuan dan tanggung jawab, serta mengimplementasikannya melalui alat-alat seperti perencanaan kualitas, jaminan kualitas, dan peningkatan kualitas.

### 3. Unsur-unsur Manajemen Mutu Terpadu (TQM)

Goetsch dan Davis (Nasution, 2001:28-30) mendefinisikan sepuluh unsur utama total Kualitas Manajemen (TQM) adalah sebagai berikut;

- a. Fokus kepada pelanggan  
Dalam TQM, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal merupakan driver. Pelanggan eksternal menentukan kualitas produk atau jasa yang disampaikan kepada mereka, sedangkan pelanggan internal berperan besar dalam menentukan kualitas tenaga kerja, proses dan lingkungannya yang berhubungan dengan produk atau jasa.
- b. Obsesi terhadap kualitas.  
Dalam organisasi yang merupakan TQM, pelanggan internal dan eksternal menentukan kualitas. Dengan kualitas yang ditetapkan tersebut, organisasi harus terobsesi untuk memenuhi atau melebihi apa yang telah ditentukan.
- c. Pendekatan Ilmiah  
Pendekatan ilmiah sangat diperlukan dalam penerapan TQM, terutama untuk mendesain pekerjaan dan dalam proses pengambilan keputusan dan pemecahan masalah yang berkaitan dengan pekerjaan yang didesain tersebut.

- d. Komitmen Jangka Panjang  
Komitmen jangka panjang sangat penting guna mengadakan perubahan budaya agar penerapan TQM dapat berjalan dengan jelas.
- e. Kerja Sama Tim (team work)  
Dalam organisasi yang menerapkan TQM, kerja sama tim, kemitraan dan hubungan dijalin dan dibina, baik antar karyawan perusahaan maupun dengan pemasok-pemasok, lembaga-lembaga pemerintah dan masyarakat sekitarnya.
- f. Perbaikan Sistem Secara Berkesenambungan  
Setiap produk atau jasa yang dihasilkan dengan memanfaatkan proses-proses tertentu didalam suatu system / lingkungan. Oleh karena itu, system yang ada perlu diperbaiki secara terus-menerus agar kualitas yang dihasilkan dapat meningkat.
- g. Pendidikan dan Penelitian  
Dalam organisasi yang menerapkan TQM, pendidikan dan pelatihan merupakan factor yang fundamental. Setiap orang diharapkan dan didorong untuk terus belajar.
- h. Kebebasan yang terkendali  
Kebebasan yang timbul karena keterlibatan dan pemberdayaan tersebut merupakan hasil dari pengendalian yang terencana dan terlaksana dengan baik.
- i. Kesatuan Tujuan  
Supaya TQM dapat diterapkan dengan baik, maka perusahaan harus memiliki kesatuan tujuan.
- j. Adanya Keterlibatan Dan Pemberdayaan Karyawan  
Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan merupakan hal yang penting dalam penerapan TQM.

### 4. Tujuan Manajemen Mutu Terpadu TQM

Pelaksanaan manajemen mutu terpadu pada suatu organisasi bertujuan untuk;

- a. Meningkatkan mutu sumber daya manusia sehingga mapu dan terrampil dalam melaksanakan tugasnya dengan baik.
- b. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan agar terpenuhi kepuasan pelanggan.
- c. Meningkatkan kerja sama atau hubungan antara manusia dan semangat kerja dengan karyawan.
- d. Meningkatkan produktivitas dan menurunkan biaya
- e. Terlaksananya kebijakan dan sasaran perusahaan
- f. Mengembangkan perusahaan
- g. Budaya kerja yang positif
- h. Meningkatkan profit perusahaan dan meningkatkan pangsa pasar

Dalam arti sempit, tujuan TQM adalah untuk perbaikan mutu produk, jasa, dan proses, dimanamutu tersebut diperoleh dengan tingkat yang paling ekonomis yang paling berpengaruh pada produktivitas dan kepuasan konsumen serta pencapaian laba perusahaan.

## 2.2 Biaya Kualitas (Quality Cost Concept)

### 1. Pengertian Biaya Kualitas

Pengertian biaya kualitas adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan pencegahan, pengidentifikasi, perbaikan, dan pembetulan produk yang berkualitas rendah, dan dengan opportunity cost yang hilangnya waktu produksi dan penjualan sebagai akibat rendahnya kualitas. Secara tradisional, biaya kualitas dibatasi untuk biaya inspeksi dan pengujian produk selesai.

Nasution (2001:127) mendefinisikan biaya kualitas sebagai biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk. Ini berarti, kualitas adalah biaya yang berhubungan dengan penciptaan, pengidentifikasian, perbaikan dan pencegahan kerusakan.

Penertian biaya kualitas menurut Hansen dan Mowen (1997:437) yang dikutip

dari morse, Rort, and Poston (Measuring, Planning, and Controlling): “The cost of quality are the costs that exist because poor quality may or does exist”. Atau biaya kualitas adalah biaya yang terrjadi karena kualiotas yang tidak sesuai mmungkin terjadi atau telah terjadi. Sedangkan, Fandy Tjiptono (2001) berpendapat bahwa biaya kualitas adalah biaya yang berhubungan dengan penciptaan, pengidetifikasian, perbaikan dan pencegahan kualitas. Vincent Gaspersz (2001:354-357) mengkategorikan biaya kualitas kedalam empat jenis, yaitu;

- a. Biaya kegagalan internal (Internal Faliyre Costs), meru-akan biaya-biaya yang berhubungan dengan kesalahan dan nonkonfermasi (errors and nonconformance) yang ditemukan sebelum menyerahkan produk itu ke pelanggan. Biaya-biaya ini tidak akan muncul apabila ditemukan kesalahan atau nonkonfirmasi produk sebelum pengiriman. Contoh dari biaya kegagalan internal adalah;
  - Scrap: biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja, material, dan biasanya “overheard” pada produk cacat yang secara ekonomiks tidak dapat diperbaiki kembali.
  - Pekerjaan ulang (Rework: biaya yang dikeluarkan untuk memperbaiki kesalahan (mengerjakan ulang) produk agar memenuhi spesipikasi yang ditentukan.
  - Analisis kegagalan (Failure Analysis): biaya yang dikeluarkan untuk menganalisis kegunaan produk guna menentukan penyebab-penyebab kegagalan itu.
  - Inspeksi ulang dan pengujian ulang (Reinspection and retesting): biaya-biaya yang dikeluarkan untuk inspeksi ulang dan pengujian ulang produk yang telah mengalami pengrjaan ulang atau perbaikan kembali.

- Downgrading: selisi antara harga jual normal dan harga yang dikurangi karena alasan kualitas.
  - Avoidable Process Losses: biaya-biaya hilang terjadi, meskipun produk itu tidak cacat (Konformans), sebagai contoh : kelebihan bobot produk yang diserahkan ke pelanggan karena variabilitas dalam peralatan, pengukuran dan lain-lain.
- b. Biaya kegagalan eksterna (External Failure Costs), merupakan biaya-biaya yang berhubungan dengan kesalahan dan nonkonfirmasi yang ditemukan setelah produk itu diserahkan ke pelanggan. Biaya-biaya ini tidak akan muncul apabila tidak ditemukan kesalahan atau nonkonfirmasi dalam produk setelah pengiriman. Contoh dari biaya kegagalan eksternal ;
- Jaminan (Warranty) : biaya yang dikeluarkan untuk penggantian atau perbaikan kembali produk yang masih berada dalam masa jaminan.
  - Penyelesaian Keluhan (Complaint Adjustment) : biaya-biaya yang dikeluarkan untuk penyelidikan dan penyelesaian keluhan yang berkaitan dengan produk cacat.
  - Produk Dikembalikan (Returned Product) : biaya-biaya yang berkaitan dengan penerimaan dan penempatan produk cacat yang dikembalikan oleh pelanggan.
  - Allowances : biaya-biaya yang berkaitan dengan kondisi pada pelanggan karena produk yang berbeda dibawah standar kualitas yang sedang diterima oleh pelanggan atau tidak memenuhi spesifikasi dalam penggunaan.
- c. Biaya penilaian (Appraisal Costs) : merupakan biaya-biaya yang berhubungan dengan penentuan drajat konfirmasi terhadap persyaratan kualitas (spesifikasi yang diterapkan) contoh dari biaya penerapan adalah :
- Inspeksi dan pengujian kedatangan material: biaya-biaya yang berkaitan dengan penentuan kualitas dari material yang dibeli, apakah melalui inspeksi pada saat penerimaan, melalui inspeksi yang dilakukan pada pemasok, atau melalui inspeksi yang dilakukan pihak ketiga.
  - Inspeksi dan pengujian produk dalam proses : biaya-biaya yang berkaitan dengan evaluasi tentang konfirmasi produk dalam proses terhadap persyaratan kualitas (spesifikasi) yang ditetapkan
  - Inspeksi dan pengujian produk akhir : biaya-biaya yang berkaitan dengan evaluasi tentang konfirmasi produk akhir terhadap persyaratan kualitas (spesifikasi) yang ditetapkan.
  - Audit kualitas produk : biaya-biaya untuk melakukan audit kualitas pada produk dalam proses produk akhir.
  - Pemeliharaan akurasi peralatan pengujian : biaya-biaya dalam melakukan kalibrasi untuk mempertahankan akurasi instrument pengukuran dan peralatan.
  - Evaluasi stok : biaya-biaya yang berkaitan dengan pengujian produk dalam penyimpanan untuk memulai degradasi kualitas.
- d. Biaya pencegahan (Prevention Costs), merupakan biaya-biaya yang berhubungan dengan upaya pencegahan terjadinya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal. Contoh dari biaya pencegahan adalah :
- Perencanaan kualitas : biaya-biaya yang berkaitan dengan aktivitas perencanaan kualitas secara keseluruhan, termasuk penyimpanan prosedur-prosedur

yang diperlukan untuk mengkomunikasikan rencana kualitas. Keseluruh pihak yang berkepentingan. Tinjau-ulang produk baru (New Product Review) : biaya-biaya yang berkaitan dengan rekayasa keandalan (reability engineering) dan aktivitas-aktivitas lain terkait dengan kualitas yang berhubungan dengan pemberitahuan desain baru.

- Pengendalian proses : biaya-biaya inspeksi dan pengujian dalam proses untuk menentukan status dari proses (kapabilitas proses), bukan status dari produk.
- Audit kualitas : biaya-biaya yang berkaitan dengan evaluasi dan pelaksanaan aktivitas dalam rencana kualitas secara keseluruhan.
- Evaluasi kualitas pemasok. Biaya-biaya yang berkaitan dengan evaluasi terhadap pemasok sebelum pemilihan pemasok, audit terhadap aktivitas-aktivitas selama kontrak, dan usaha-usaha lain yang berkaitan dengan pemasok.
- Pelatihan : biaya-biaya yang berkaitan dengan penyimpanan dan pelaksanaan program-program pelatihan yang berkaitan dengan program reduksi biaya terus menerus melalui perbaikan kualitas.

Berdasarkan pengukuran terhadap biaya kualitas, maka pihak manajemen dapat menjadikan ukuran-ukuran tersebut sebagai petunjuk untuk mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan dalam upaya meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. Jika suatu perusahaan memiliki program reduksi biaya terus menerus melalui peningkatan kualitas, maka pertama kali harus mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan pada setiap kategori dari ke empat kategori biaya dalam sistem pengendalian kualitas itu.

Tugas utama manajer dalam konteks program reduksi biaya terus menerus melalui

peningkatan kualitas dalam organisasi bisnis, adalah membuat keputusan yang berhubungan dengan masalah-masalah inefisiensi atau pemborosan, sehingga diharapkan dari keputusan yang dibuat akan memungkinkan organisasi bisnis itu untuk meningkatkan daya saing dalam pasar global melalui penetapan harga produk yang kompetitif. Setiap keputusan yang dibuat oleh para manajer membutuhkan pengetahuan yang memadai tentang analisis masalah pemborosan secara tepat agar akar penyebab timbulnya masalah itu dapat dihilangkan.

Masalah pemborosan dalam konteks ini dapat didefinisikan sebagai deviasi atau penyimpangan yang terjadi antara biaya aktual dan biaya standar yang ditetapkan, atau pula didefinisikan sebagai perubahan biaya kegagalan (internal dan eksternal) yang menunjukkan kecenderungan menaik atau tetap sepanjang periode waktu tertentu.

Evaluasi tentang kinerja biaya perusahaan dalam konteks program reduksi biaya terus menerus dapat juga menggunakan konsep biaya kualitas. Berkaitan dengan upaya-upaya reduksi biaya melalui eliminasi pemborosan, maka elemen-elemen biaya kegagalan internal dan eksternal dapat digunakan untuk memantau secara terus menerus apakah program reduksi biaya untuk mengeliminasi pemborosan telah berhasil dan efektif dari waktu ke waktu.

## 2. Perilaku Biaya Kualitas

Perusahaan menginginkan agar biaya kualitas turun, namun dapat mencapai kualitas yang lebih tinggi. walaupun standar kerusakan nol dapat dicapai, namun perusahaan masih harus menanggung biaya pencegahan dan penilaian atau redaksi.

Menurut para pakar kualitas, suatu perusahaan dengan program pengelolaan kualitas yang baik, biaya kualitasnya tidak lebih besar dari 2,5% dari penjualan. Agar standar tersebut dapat tercapai, maka perusahaan harus dapat

mengidentifikasi perilaku setiap elemen biaya kualitas secara individual.

### 3. Laporan Biaya Kualitas

Dalam konsep biaya kualitas, manajemen memerlukan informasi-informasi akuntansi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Informasi akuntansi tersebut adalah informasi laporan biaya kualitas.

Hansen dan Mowen (2000:11), mengatakan bahwa suatu system laporan biaya kualitas menjadi penting, (esensial) apabila perusahaan peduli terhadap perbaikan dan pengendalian biaya kualitas. Langkah pertama dan yang paling sederhana untuk menciptakan system semacam itu adalah melalui biaya kualitas aktual berjalan. Pencatatan secara rinci biaya kualitas aktual berdasarkan kategorinya member dua manfaat atau informasi penting. Pertama, catatan tersebut mengungkapkan pola biaya kualitas dalam setiap kategori, yang memungkinkan para manajer menilai dampak keuangannya dan pengaruhnya terhadap laba. Kedua, catatan tersebut menunjukan distribusi biaya kualitas menurut kategori, yang memungkinkan para manajer menilai kepentingan relatif dari masing-masing kategori.

Laporan biaya kualitas akan bermanfaat hanya jika penerima dapat memahami, menerima dan dapat menggunakan isi dari laporan tersebut. Berdasarkan laporan biaya kualitas, manajemen dapat mengevaluasi kemajuan perbaikan kualitas secara terus menerus, untuk menentukan efektivitas dan efisiensi pengendalian kualitas dalam perusahaan. Pengendalian perusahaan dikatakan efektif dan efisien apabila biaya total internal maupun eksternal terus menurun, sehingga total kualitas juga akan menurun.

Laporan dapat dibuat dalam banyak cara. Setiap perusahaan harus memilih dan merancang system pelaporan yang dapat

diintegrasikan kedalam system informasi perusahaan tersebut dan yang mendukung TQM. Beberapa pertimbangan yang perlu dalam menyusun system laporan biaya kualitas adalah statifikasi laporan biaya kualitas yang tepat berdasarkan lini produk, departemen, pabrik atau divisi dan periode laporan.

Beberapa perusahaan kelas dunia menggunakan ukuran biaya kualitas sebagai indikator keberhasilan program perbaikan kualitas seperti sebagai berikut ;

- a. Biaya kualitas dibandingkan dengan nilai penjualan (persentase biaya kualitas total terhadap nilai penjualan). Mungkin rendah nilai ini menunjukkan program perbaikan kualitas mungkin sukses.
- b. Biaya kualitas dibandingkan dengan keuntungan (presentasi biaya kualitas total terhadap nilai keuntungan). Mungkin rendah nilai ini menunjukkan keuntungan mungkin besar, dimana program perbaikan kualitas makin sukses.
- c. Biaya kualitas dibandingkan dengan harga pokok penjualan (Cost of goods sold). Perbandingan ini diukur berdasarkan presentase biaya kualitas total terhadap nilai harga pokok penjualan makin rendah.

Menurut Ross (dalam nasution 2001:131), informasi biaya kualitas dapat memberikan berbagai macam manfaat, antara lain dapat digunakan untuk hal-hal sebagai berikut;

- a. Mengidentifikasi peluang laba (penghematan biaya dapat meningkatkan laba)
- b. Mengambil keputusan capital budgeting dan keputusan investasi biaya
- c. Menekan biaya pembelian dan biaya yang berkaitan dengan pemasok
- d. Mengidentifikasi pemborosan dalam aktivitas yang tidak dikehendaki para pelanggan

- e. Mengidentifikasi system berlebihan
- f. Menentukan apakah biaya-biaya kualitas telah didistribusikan secara tepat
- g. Penentuan tujuan dalam anggaran dan perencanaan laba
- h. Mengidentifikasi masalah-masalah kualitas
- i. Dijadikan sebagai alat manajemen untuk ukuran perbandingan tentang hubungan masukan- keluaran
- j. Dijadikan sebagai salah satu alat analisis pareto untuk membedakan antara Vital Few dan Trivial many
- k. Dijadikan sebagai alat manajemen strategik untuk mealokasikan sumber daya dalam perumusan dan pelaksanaan strategik
- l. Dijadikan sebagai ukuran penilaian kinerja yang obyektif.

#### 4. Penjualan

Menurut James O.Gill (2004:19) penjualan bersih adalah jumlah nilai seluruh kas atau penjualan kredit dikurangi keuntungan penjualan, pengurangan, diskon, dan rabat. Karena itulah penjualan merupakan penghasilan utama dari perusahaan yang berupa hasil penjualan barang atau jasa kepada pembeli, pelanggan dan produsen lain, (Drs.Jumingan, SE, MM, Msi, 2005, 32).

Pencatatan penjualan dimulai dari pembelian bahan baku yang tercatat divisi keuangan produksi dan akan berlanjut ke divisi lain misalnya divisi keuangan administrasi dan divisi keuangan pusat yang akan membuat laporan keseluruhan transaksi, sehingga pencatatan biaya tidak akan terlewatkan yang bias membuat rugi perusahaan. Bias dikatakan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan pada perusahaan ini adalah;

- a. Harga jual yang kompetitif, karena pelanggan membeli produk adalah dilihat dari harga yang rendah.
- b. Produk yang berkualitas, berhubungan dengan TQM. Produk

yang bagus akan dihasilkan dari manajemen mutu perusahaan yang baik pula.

- c. Pemasaran produk yang baik, diupayakan promosi dapat mengkomunikasikan kerendahan dan keunggulan suatu produk kepada calon pembeli atau konsumen. Dengan informasi ini diharapkan konsumen akan tertarik mengkonsumsi.

#### 5. Hubungan Kualitas Dengan Tingkat Penjualan

Kualitas produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan ditunjukkan terutama bagi kepuasan pelanggan. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain menjadi factor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan penjualan dan laba perusahaan serta meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan factor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Philip Kotler (1995:64) juga beranggapan bahwa kepuasan pelanggan penting karena pada dasarnya penjualan perusahaan berasal dari dua kelompok yaitu pelanggan baru dan pelanggan lama atau pelanggan yang melakukan pembelian ulang.

Dan untuk mendapatkan pelanggan baru selalu lebih mahal dan sulit untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Kunci mempertahankan pelanggan adalah dengan menyajikan kepuasan yang tinggi bagi pelanggan.

Pada saat perusahaan menjual barang dagangannya, maka diperoleh pendapatan

jumlah yang diberi kepada pembeli untuk barang dagang yang diserahkan merupakan pendapatan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Soemarso S.R (1999;174), penjualan dapat dilakukan secara kredit maupun tunai dan pada umumnya kepada beberapa langganan. Pada waktu menjual, kadang-kadang perusahaan harus menerima pengembalian barang atau member potongan harga. Hal ini terjadi kalau barang yang tidak sesuai dengan permintaan pembeli.

Menurut PSAK No.23 Tahun 1999, pendapatan dari penjualan barang harus diakui bila seluruh kondisi berikut dipenuhi;

- a. Perusahaan telah memindahkan resiko secara signifika dan telah memindahkan manfaat kepemilikan barang kepada pembeli.
- b. Perusahaan tidak lagi mengolah atau melakukan pengendalian yang efektif atas barang yang dijual.
- c. Jumlah pendapatan tersebut dapat diukur dengan andal
- d. Besar kemungkinan manfaat ekonomi yang dihubungkan dengan transaksi akan mengalir kepada perusahaan tersebut.
- e. Biaya yang terjadi atau yang akan terjadi sehubungan dengan transaksi penjualan dapat diukur dengan andal.

Menurut Andrias (2000;5), mengidentifikasi penjualan adalah suatu proses personal dan impersonal untuk menolong atau meyakinkan calon konsumen untuk membeli barang atau jasa untuk bertindak sesuai dengan ide yang mengandung nilai komersial bagi penjual.

Penjualan terjadi akibat adanya suatu hubungan permintaan dan penawaran barang antara barang atau jasa yang ditawarkan dengan harga yang telah disepakati bersama sehingga pembeli terpenuhi kebutuhannya dan penjual tercapai tujuannya untuk mendapatkan keuntungan dari barang atau jasa yang

dijual. Dengan semakin banyaknya produk atau jasa yang terjual, maka volume penjualan akan meningkat dan pendapatan akan semakin besar.

### 2.3 Kerangka Berpikir

Pemaparan teori diatas diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan yang berkaitan dengan masalah yang menjadi focus penelitian. Berdasarkan teoro-teori tersebut, penulis memperoleh pengetahuan yang memadai mengenai masalah-masalah yang telah dirumuskan. Dengan menggunakan paradigm sederhana, hubungan antara kedua variable yaitu variable indenpenden ( $X = \text{Biaya Kualitas}$ ) dengan variable dependen ( $Y = \text{Tingkat Penjualan}$ ).

## 3 HIPOTESIS

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, serta dengan penjelasan teori-teori, maka penulis merumuskan hipotesa sebagai berikut; “Diduga penerapan biaya kualitas dapat mempengaruhi tingkat penjualan pada perusahaan”.

### 3.1 Konsep Kualitas Bagi Perusahaan

Konsep kualitas bagi PT.ABC adalah bagaimana perusahaan menjalankan aktivitas usaha secara tepat untuk menghasilkan produk yang mampu memenuhi persyaratan yang telah ditentukan perusahaan. Peresyaratan pertama taitu, perusahaan menghasilkan produk yang mampu memenuhi harapan pelanggan atau dengan kata lain produk yang dihasilkan perusahaan mampu member kepuasan kepada pelanggan. Hal ini bias terujut dengan cara perusahaan harus mampu menghasilkan / memproduksi dan menjual produk yang bermutu tinggi, melakukan pengiriman produk yang dipesan oleh pelanggan dengan tepat waktu dan menjual produk dengan harga yang bersaing.

Kepuasan pelanggan akan kualitas produk yang dijaual merupakan jaminan

kesetian pelanggan. PT. ANDALAS BERSAMA CORP. berupa menciptakan produk yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Ini dapat dilihat dengan adanya divisi – divisi dan pembiayaan yang khusus diadakan untuk mengawasi dan menjaga terlaksananya proses produksi yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Persyaratan kedua yaitu perusahaan menghasilkan produk yang mampu memenuhi spesifikasi produk. Ini berarti produk yang dihasilkan harus memenuhi standar produk dan karakteristik produk tersebut harus memenuhi atau sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan customer.

Persyaratan ketiga yaitu, perusahaan menghasilkan produk yang mampu memenuhi persyaratan undang-undang yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Persyaratan undang-undang tersebut, yaitu produk yang dihasilkan harus aman terhadap lingkungan dan proses produksi yang dilakukan oleh PT. ABC harus mementingkan keselamatan kerja.

Ketiga persyaratan tersebut dapat terwujud jika didukung dengan adanya keterlibatan semua departemen didalam perusahaan atau dengan kata lain setiap departemen bertanggung jawab untuk menjamin kualitas produksi. Untuk meperlancar proses pelaksanaan pengendalian kualitas diperlukan koordinasi yang baik antara semua departemen yang terlibat didalam perusahaan. Menurut PT. ABC didalam setiap departemen perlu adanya komitmen dan planning-planning dari manajemen sehingga pelaksanaan produksi sesuai dengan system dan planning yang sudah ditetapkan perusahaan.

Konsep kualitas bagi perusahaan selain menghasilkan produk yang mampu memenuhi ketiga persyaratan yang telah ditentukan perusahaan diatas, juga diharapkan pada akhirnya mampu meningkatkan penjualan perusahaan. Peningkatan penjualan yang dimaksud berasal dari loyalitas pelanggan yang selalu mengharapkan produk dan pelayanan yang berkualitas. Dilain pihak,

kualitas yang semakin baik dan meningkat akibat aktivitas usaha yang dilakukan dengan benar sejak awalnya, mampu mengurangi pemborosan atau biaya-biaya yang tidak perlu terjadi. Dan proses pengendalian kualitas pada PT. ANDALAS BERSAMA CORP. dimulai dari bahan baku dan diikuti sampai tahap akhir proses.

#### 4 PENYAJIAN DAN ANALISA DATA

##### 4.1 Biaya-biaya yang berkaitan dengan kualitas dip perusahaan

Biaya-biaya yang berkaitan dengan kualitas yang terdapat dalam aktivitas usaha perusahaan berfokus pada biaya-biaya untuk mempersiapkan perencanaan dan pengawasan agar aktifitas usaha terlaksana dengan benar dan efektif. PT. ANDALAS BERSAMA CORP. mengelompokkan biaya-biaya tersebut berdasarkan terjadinya biaya dan pihak yang berwenang dan bertanggung jawab atas biaya tersebut.

PT. ANDALAS BERSAMA CORP. berupaya untuk memberikan kesadaran bagi seluruh pihak yang ada di perusahaan akan pentingnya melakukan tiap aktivitas usaha dengan baik dan benar sejak awalnya untuk mendukung terciptanya produk yang berkualitas. Namun untuk lebih memastikan bahwa aktivitas usaha dan produk berkualitas dapat terlaksana maka, PT. ABC membentuk divisi yang berkaitan erat dengan perencanaan dan pengawasan kualitas dip perusahaan, seperti; Quality assurance / Quality Control Division.

Biaya-biaya yang berkaitan dengan divisi diatas antara lain, yaitu biaya quality build in process,, dan biaya reinspection dan retesting untuk pengawasan kualitas dan untuk memastikan terlaksananya aktivitas usaha yang berkualitas. biaya-biaya yang berkaitan dengan kualitas, yaitu biaya pengembangan system, biaya pemeliharaan, dan perawatan mesin, dan peralatan produksi, scrap dan repair.

Untuk mempermudah pengidentifikasi biaya-biaya yang berkaitan dengan kualitas produk dan pelayanan dalam PT. ANDALAS

BERSAMA CORP, berikut disajikan table 4.1 mengenai biaya kualitas yang ada di PT. abc.

**Table 4.1**  
**PT. ANDALAS BERSMA CORP**  
**Biaya kualitas produksi perusahaan**

No	Jenis Biaya	Pihak yang berwenang	Keterangan
1	Scrap	Pihak Produksi dan Quality Assurance Quality Control Division	Berupa produk
2	Repair	Pihak produksi dan Quality dan Anssurane/ Quality Control Division	Berupa produk
3	Reinspection & Retesting	Quality Control Divisio	
4	Biaya Quality Built In Proses	Quality Assurance / Quality Control Division	Biaya penilaian material dan bahan pendukung, biaya penguji pelaksanaan produksi, sampai akhir produksi.
5	Biaya Pengembangan Sistem	HRD / GA Division dan Quality Assurance Quality Control Division	Biaya pelatihan sistem
6	Biaya pemeliharaan dan Perawatan Mesin dan Peralatan Produksi	Maintemance dan Engineering Manajer	Biaya Pembelian Sparepart, Biaya Perawatan .

*Sumber; Quality Assurance / Quality Control Division PT.ANDALAS BERSAMA CORP*

Biaya kualitas yang dikeluarkan adalah untuk biaya scrap Rp.1.489.163,00 tahun 2005 dan Rp. 1.602.005,98. Biaya repair Rp. 2.979.726,00 tahun 2005 dan Rp 3.306.011,96 tahun 2006. kemudian diikuti oleh biaya Quality Built In Proses yaitu sebesar, Rp.2.085.808.200 tahun 2005 dan Rp. 2.144.808.370 tahun 2006, serta biaya reinspection and retesting yaitu sebesar Rp. 1.787.835.600 tahun 2005 dari Rp. 1.906.407.170 tahun 2006.

Untuk mengetahui lebih rinci besarnya biaya untuk tiap-tiap jenis biaya atas aktivitas usaha PT. ABC diatas, dilakukan penelusuran kualitas dengan mengidentifikasi dan mengelompokkan tiap-tiap biaya-biaya yang berkaitan dengan kualitas produksi untuk menghasilkan produk dan pelayanan yang

biaya berkualitas. dengan demikian dapat dipahami bahwa produk dan pelayanan berkualitas yang dihasilkan PT.ABC dalam upayanya memberikan kepuasan bagi pelanggannya bukan hanya merupakan tanggung jawab dari satu atau dua pihak saja, namun menyeluruh setiap bagian yang ada dalam perusahaan.

Jumlah biaya dari jenis biaya yang menjadi tanggung jawab tiap-tiap Divisi atau bagian berbeda satu dengan yang lainnya. Biaya kualitas pada PT.ABC yang lain adalah biaya repair yaitu sebesar Rp.2.979.726.000 tahun kualitas yang terdapat dalam aktivitas usaha PT. ABC untuk tahun 2005 dan 2006, berikut ini adalah table 4.2 yang menyajikan rincian biaya kualitas PT. ABC tahun 2005 dan 2006.

**Table 4.2**  
**PT.ANDALAS BERSAMA CORP**  
**Rincian Biaya Kualitas Perusahaan (dlm Rp.000)**

No	Jenis Biaya	Th 2005	Th 2006
1	Scrap	1.489.963,00	1.602.005,98
2	Repair	2.979.726,00	3.306.011,96
3	Reinspection & Retesting	1.787.835,60	1.006.407,17
4	Biaya Quality Built In Proses	2.085.808,20	2.144.808,37
5	Biaya Pengembangan Sistem	1.191.890,40	1.194.604,78
6	Biaya Pemeliharaan Dan Perawatan Mesin Dan Peralatan Produksi	297.972,60	306.401,20
	<b>Total Biaya Kualitas</b>	<b>9.833.095,00</b>	<b>10.460.239,46</b>

*Sumber; Accounting Division PT.ANDALAS BERSAMA CORP.*

Biaya kualitas tersebut diatas merupakan penelusuran biaya kualitas yang terjadi pada tiap-tiap bagian dari PT. ABC dan tidak dikelompokkan berdasarkan sifat atau karakteristik biaya tersebut terhadap terciptanya produk dan kualitas. Berdasarkan table 4.2 di atas penulis melakukan identifikasi dan klasifikasi biaya kualitas tersebut kedalam 3 jenis biaya kualitas, yaitu biaya yang ditunjukkan untuk mencegah terjadinya kualitas yang tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan atau disebut biaya pencegahan, biaya untuk melakukan penilaian dan pengujian atas kualitas yang dihasilkan atau disebut biaya penilaian, serta biaya yang ditunjukkan untuk mengatasi kegagalan kualitas pada produk dalam memenuhi standar kualitas atau biaya yang berhubungan dengan kesalahan dan nonkonfirmasi ditemukan pada produk atau yang disebut biaya kegagalan.

Biaya yang termasuk dalam biaya pencegahan antara lain adalah biaya pengembangan system dan biaya pemeliharaan dan perawatan mesin produksi. Sedangkan biaya kualitas yang didefinisikan kedalam biaya penilaian yaitu biaya Quality Built In Proses. Baik biaya pencegahan

maupun biaya penilaian ditunjukkan untuk mengendalikan dan mengawasi terlaksananya kualitas produksi sesuai dengan standarkualitas yang ditetapkan dan menghasilkan produk dan kualitas yang memuaskan pelanggan.

Selain perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk mengendalikan dan mengawasi terjadinya kualitas produksi yang tidak sesuai dengan standar kualitas, perusahaan juga mengeluarkan biaya untuk mengatasi masalah kegagalan kualitas. Biaya kegagalan tersebut antara lain, scrap, repair, dan Reinspection, and Retesting, yang bertujuan mengatasi kegagalan kualitas pada produk. Biaya pencegahan dan biaya penilaian bersifat sebagai pengendali dan pengawas bagi biaya kegagalan. Diharapkan dengan biaya pengendalian dan pengawasan yang dikeluarkan oleh perusahaan maupun meminimumkan biaya kegagalan terjadi.

Berdasarkan table 4.2 penulis melakukan pengoilahan data atas biaya kualitas tersebut kedalam laporan biaya berdasarkan sifat dan karakteristiknya, hal ini disajikan kedalam table 4.3 dan table 4.4 yang berisi mengenai laporan biaya kualitas PT. ABC tahun 2005 dan 2006.

**Table 4.3**  
**PT. ANDALAS BERESAMA CORP**  
**Laporan Biaya Kualitas**  
**Tahun 2005**

<b>DESEKRIPSI</b>	<b>RUPIAH(DLM RP.000)</b>	<b>% THD TOTAL BIAYA KUALITAS</b>
<b>Biaya Pencegahan (Provention Cost) :</b>		
-Biaya Pengembangan Sistem	1.191.890,40	12,13
-Biaya Pemeliharaan dan Perawatan Mesin & peralatan produksi	297.972,60	3,03
<b>Total Biaya Pencegahan</b>	1.489.863,00	15,16
<b>Biaya Penilaian (Appraisal Cost) :</b>		
-Biaya Quality Built In Proce	2.085808,20	21,22
<b>Total Biaya Penilaian</b>	2.085.808,20	21,22
<b>Biaya Kegagalan (Failure Cost) :</b>		
-Scrap	1.489.863,00	15,14
-Repair	2.979.726,00	30,29
-Reinspection & Retesting	1.787.835,60	18,19
<b>Total Biaya Kegagalan</b>	6.257.424,60	63,62
<b>Total Biaya Kualitas</b>	9.833.095,80	100,00

**Table 4.4**  
**PT. ANDALA BERSAMA CORP**  
**Laporan Biaya Kualitas**  
**Tahun 2006**

DESKRIPSI	RUPIAH (DLM RP.000)	% TERHADAP TOTAL BIAYA KUALITAS
<b>Biaya Pencegahan (Prevention Cost) :</b>		
Biaya Pencegahan Sistem	1.194.604,78	11,42
Biaya Pemeliharaan dan Perawatan Mesin & peralatan Produksi	306.401,20	2,93
<b>Total Biaya Pencegahan</b>	<u>1.501.005,98</u>	<u>14,35</u>
<b>Biaya Penilaian (Appraisal Cost) :</b>		
Biaya Quality Built In Proce	2.144.808.,37	20,50
<b>Total biaya Penilaian</b>	<u>2.144.808,37</u>	<u>20,50</u>
<b>Biaya Kegagalan ( Failure Cost) :</b>		
Scrap	1.602.005,98	15,32
Repair	3.306.011,96	31,61
Reinspection & Retesting	1.906.407,17	18,22
<b>Total Biaya Kegagalan</b>	<u>6.814.425,11</u>	<u>65,15</u>
<b>Total Biaya Kualitaas</b>	<u>10.460.239,46</u>	<u>100,00</u>

#### 4.2 Analisa Data

Dalam penyajian data sebelumnya, dapat dilihat suatu komposisi biaya kualitas yang tidak dapat dipisahkan satu ama lain. Biaya yang satu saling berinteraksi dan berpengaruh terhadap biaya yang lain. Biaya pengendalian dan pengawasan mempengaruhi biaya kegagalan, demikian juga sebaliknya.

Pada ketiga table tersebut, terlihat bahwa biaya kegagalan tersebut menguasai 63-65% dari total biaya kualitas, hal ini disebabkan karena ketidaksesuaian produk dalam proses untuk memenuhi standar kualitas atau karena penurunan dari biaya pengendalian dan pengawasan. Dengan

demikian diharapkan adanya peningkatan biaya pengendalian dan pengawasan diikuti dengan peningkatan kualitas sehingga dapat menurunkan biaya kegagalan.

##### a. Biaya Pencegahan

Biaya pencegahan PT.ABC sebesar Rp. 1.489.863.000 tahun 2005 dan Rp.1.501.005.980 tahun 2006, merupakan 15,16% dan 14,35% dari total biaya kualitas. Biaya pencegahan tersebut terdiri dari dua jenis, yaitu biaya pengembangan sistem disebabkan oleh seringnya diadakan pelatihan sistem yang diikuti karyawan pada PT.ABC.

##### b. Biaya penilaian

Biaya penilaian merupakan bagian dari biaya pengendalian dan pengawasan yang

mendukung biaya pencegahan dalam meminimumkan biaya kegagalan. Biaya penilaian PT. ABC sebesar Rp.2.085.808.200 tahun 2005 dan Rp. 2.144.808.370 tahun 2006. Presentase biaya penilaian terhadap total biaya kualitas yang terdapat total biaya kualitas yang terdapat dalam aktivitas usaha PT.ABC sebesar 21,22% tahun 2005 dan 20,50% tahun 2006. Biaya penilaian tersebut terdiri dari biaya penilaian material dan bahan pendukung, biaya pengunjung pelaksanaan produksi, sampai akhir produksi. Total biaya pengendalian dan pengawasan tahun 2005 sebesar Rp. 3.575.671.200 atau 36,38% dari total biaya kualitas yang belum mampu meminimumkan biaya kegagalan sebesar Rp. 6.257.424.600 atau 63,62% dari total biaya kualitas. Dan pada tahun 2006, total biaya pengendalian dan pengawasan yaitu sebesar Rp. 3.645.814.350 atau 34,85% dari total biaya kualitas yang belum mampu meminimumkan biaya kegagalan sebesar Rp. 6.814.425.110 atau 65,15% dari total biaya kualitas. Hal ini disebabkan adanya produk yang mengalami kegagalan kualitas dalam memenuhi standar kualitas dan produk tersebut tidak memenuhi harapan pelanggan. Biaya penilaian yang dikeluarkan oleh PT. ABC merupakan biaya pengawasan terhadap kualitas aktivitas usaha yang dilakukan oleh PT. ABC. Biaya ini merupakan indikator sejauh mana kualitas dari aktivitas usaha yang dilakukan oleh PT. ABC dalam menghasilkan produk yang berkualitas untuk memuaskan pelanggan.

#### c. Biaya kegagalan

Biaya Scrap pada PT. ABC sebesar Rp. 1.489.863.000 tahun 2005 atau 15,14% dari total biaya kualitas dan Rp. 1.602.005.980 tahun 2006 atau 15,32% dari total biaya kualitas. Biaya repair pada PT. ABC sebesar Rp. 2.979.726.000 tahun 2005 atau 30,29% dari total biaya kualitas dan pada tahun 2006 sebesar Rp. 3.306.011.960 atau 31,61% dari total biaya kualitas. Biaya ini merupakan biaya kegagalan lain dan juga biaya kualitas terbesar jumlahnya diantara biaya-biaya kualitas lainnya. Perbandingan ini cukup

mencolok, karena 30-32% biaya kualitas dialokasikan untuk melakukan repair atau perbaikan yang diakibatkan karena adanya ketidaksesuaian produk dalam proses untuk memenuhi standar kualitas yang ditetapkan perusahaan dan produk tersebut tidak memenuhi harapan pelanggan. Sehingga pelanggan mengembalikan produk tersebut dan selanjutnya perusahaan melakukan perbaikan atas produk tersebut. Sedangkan biaya reinspection dan retesting sebesar Rp. 1.787.835.600 tahun 2005 atau 18,19% dari total biaya kualitas dan sebesar Rp. 1.906.407.170 tahun 2006 atau 18,22% dari total biaya kualitas. Biaya ini untuk membiayai pengujian ulang dan pengesanan ulang atas produk yang tidak sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan perusahaan atau produk cacat. Biaya kegagalan yang ada di PT. ABC merupakan akibat dari ketidaksesuaian produk dalam proses untuk memenuhi standar kualitas yang ditetapkan perusahaan dan untuk memenuhi harapan pelanggan atau dengan kata lain produk yang dihasilkan perusahaan belum mampu memberikan kepuasan para pelanggan. apabila biaya kegagalan ini terus-terus meningkat maka akan semakin menurunkan kualitas produk dan dapat menurunkan penjualan. Tetapi apabila biaya kegagalan ini dapat terus meminimumkan maka akan semakin meningkatkan kualitas produk dan dapat pula meningkatkan penjualan serta pendapatan bagi perusahaan.

Pengendalian dan pengawasan kualitas yang dilakukan PT.ABC belum mampu mengendalikan dan meminimumkan pemborosan berupa scrap, perbaikan, dan reinspection & retesting yang harus dilakukan perusahaan. Seharusnya biaya kegagalan merupakan biaya yang tidak menambah nilai bagi produk yang dihasilkan dan sifatnya dapat dihindari apabila persiapan dan proses produksi dilakukan dengan benar sejak semula.

Laporan biaya kualitas dapat menjadi indikator yang baik untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan

produk berkualitas. namun oleh karena banyaknya jumlah biaya-biaya lain yang masih terkait engan biaya operasional perusahaan secar menyeluruh, maka silit untuk mengidentifikasi biay-biaya yang berkaitan dengan perbaikan dan peningkatan kualitas produk maupun pelayanannya.

Perusahan terus berupaya untuk meminimumkan biaya kualitas dan mencapai kualitas produk dan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, karena hal ini mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan bagi perusahaan. Biaya kualitas memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap penjualan perusahaan. Biaya kualitas yang berdampak pada kepuasan pelanggan yang semakin tinggi yang menyebabkan meningkatnya penjualan perusahaan.

Penjualan yang digunakan untuk dianalisa adalah penjualan perusahaan yang dilihat dari penjualan dalam laporan penjualan perusahaan pada produk PT. ABC yang sudah dijelaskan sebelumnya, penjualan ini diperoleh selama dua priode, yaitu priode tahun 2005 dan 2006.

**Table 4.5 berikut ini menyajikan data penjualan pada PT. ABC tahun 2005 dan 2006**

Tahun	Rupiah	Kuantitas (Unit)
2005	59.594.520.106	12.667.284
2006	41.280.239.119	8.102.189

Pada priode tahun 2005-2006 total penjualan mengalami penurunan sebesar Rp. 18.314.280.987 dan kuantitas penjualannya juga mengalami penurunan sebesar 4.565.095 unit.

Untuk melihat atau menganalisa seberapa besar presentase pengaruh biaya kualitas terhadap tingkat penjualan penulisan penggunaan rumus rasio total biaya kualitas terhadap penjualan. Perhitungan analisisnya dijelaskan sebagai berikut ;

Analisis Rasio Total Biaya Kualitas terhadap Penjualan

$$\begin{aligned} \text{a. Rasio Total Biaya Kualitas terhadap} \\ \text{Penjualan (tahun 2005)} \\ &= \text{Rp. } 9.833.095.800 \times \\ &\quad \underline{\hspace{1.5cm} 100\%} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{Rp.} 59.594.520.106 \\ &= \text{Rp.} 16,49\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{b. Rasio Total Biaya Kualitas terhadap} \\ \text{Penjualan (tahun 2006)} \\ &= \text{Rp.} 10.460.239.460 \times \\ &\quad \underline{\hspace{1.5cm} 100\%} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{Rp.} 41.280.239.119 \\ &= 25,34\% \end{aligned}$$

Berdasarkan analisis diatas, pada tahun 2005 presentase pengaruh biaya kualitas terhadap tingkat penjualan adalah sebesar 16,49%, ini berarti biay akualitis mempengaruhi 16,49% total penjualan pada tahun 2005. Sedangkan tahun 2006 presentase pengaruh biaya kualitas terhadap tingkat penjualan adalah sebesar 25,34%, ini bearti biaya kualitas mempengaruhi 25,34% total penjualan pada tahun 2006.

Komposisi biaya kualitas PT. ABC pada priode tahun 2005-2006 mengalami peningkatan presentase total biaya kualitas terhadap penjualan yaitu sebesar 8,85% hal ini bearti perusahaan belum berhasil dalam mengendalikan dan meminimumkan total biaya kualitasnya terhadap penjualan karena presentase total biaya kualitas terhadap penjualan masih cukup besar. Dan berdasarkan analisis tersebut, terlihat bahwa biaya kualitas memberikan pengaruh negative terhadap tingkat penjuln. Hal ini terlihat pada tahun 2006 presentase total biaya kualitas terhadap penjualan mengalami peningkatan yaitu sebesar 8,85% dari presentase total biaya kualitas terhadap penjualan tahun 2005, akan tetapi penjualan tahun 2006 mengalami penurunan sebesar Rp. 18.314.280.987. ini berarti menunjukkan bahwa semakin tinggi atau meningkatnya biaya kualitas maka penjualan perusahaan akan semakin menurun. Dengan kata lain, walaupun biaya kualitas meningkat, penjualan tidak mengalami

peningkatan bahkan dapat menyebabkan penjualan perusahaan menurun. Oleh karena itu, biaya kualitas pada PT. ABC harus dapat terus diminimumkan terutama biaya kegagalan sehingga akan menghasilkan nilai penjualan yang lebih tinggi bagi perusahaan.

Secara keseluruhan PT. ANDALAS BERSAMA CORP, belum bisa dikatakan berhasil dalam pelaksanaan pengendalian kualitasnya, karena presentase total biaya kualitas terhadap penjualan masih cukup tinggi, yaitu bekisar diangka 16 sampai dengan 25% masih jauh dari standar idel yang hanya 2,5%.

Juran seorang pakar kualitas asal Amerika Serikat, mengatakan bahwa perusahaan dengan program pengolahan kualitas yang berjalan baik, biaya kualitasnya tidak lebih besar dari 2,5% penjualan.

Berdasarkan analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya kualitas memberikan pengaruh negatif terhadap tingkat penjualan pada PT. ANDALAS BERSAMA CORP. ini berarti menunjukkan bahwa semakin tinggi atau meningkatnya biaya kualitas maka penjualan perusahaan akan semakin menurun. Dengan kata lain walaupun biaya kualitas meningkat, penjualan perusahaan tidak mengalami peningkatan bahkan dapat menyebabkan penjualan perusahaan mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena biaya kualitas meningkat, karena terlalu besarnya biaya kegagalan yang terjadi pada PT. ANDALAS BERSAMA CORP. yang disebabkan karena kualitas produk perusahaan menurun. Hal ini disebabkan karena adanya produk yang tidak sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan perusahaan atau produk cacat atau gagal dan produk tersebut tidak sesuai dengan harapan pelanggan. dan adanya produk yang tidak sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan perusahaan dan dan adanya produk yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan disebabkan karena kelalaian bagian produksi dan kurang terlatihnya tenaga kerja bagian produksi dalam mengrjakan aktivitasnya karena beberapa tenaga kerja bagian produksi adalah pegawai

baru. Kurang terlatihnya pegawai baru yang dipekerjakan perusahaa disebabkan karena pelatihan yang diberikan oleh pihak perusahaan kurang memadai. Hal ini secara langsung atau tidak langsung akan mengakibatkan tingkat penjualan perusahaan menurun. Hal ini terlihat pada penjualan tahun 2006 yang mengalami penurunan dari tahun sebelumnya.

Perekrutan tenaga baru untuk bagian produksi karena kurangnya tenaga kerja dibagian tersebut. Hal ini terjadi karena beberapa karyawan tersebut diberhentikan atau dipecat karena kurangnya kinerja mereka dan banyak terjadinya kelalaian yang mereka lakukan dalam aktivitas produksi yang mengakibatkan banyak terjadinya produk yang tidak sesuai standar kualitas atau produk gagal. Oleh karena itu perusahaan memutuskan untuk memecat mereka dan merekrut pegawai baru untuk menggantikan posisi pegawai lama dibagian produksi. Tetapi setelah merekrut pegawai baru, perusahaan kurang memberikan pelatihan yang memadai kepada pegawai baru, pegawai baru langsung dipekerjakan di bagian produksi sehingga banyak terjadi kelalaian dalam aktivitas produksi yang disebabkan kurang terlatihnya tenaga kerja, (pegawai baru) bagian produksi. Dampak dari penggantian tenaga kerja yang tidak produktif, memperlihatkan atau menunjukkan penjualan perusahaan (order) mengalami penurunan, hal ini dikarenakan kualitas produk menurun sebagai ahkibat dari dipekerjakannya tenaga kerja yang kurang terlatih di bagian produksi.

Faktor ketiga yang mempengaruhi penjualan adalah produk yang berkualitas, jadi bila produk yang dihasilkan perusahaan berkualitas maka penjualan atas produk tersebut akan meningkat. Dan pada kasus penelitian sekripsi ini, tingkat penjualan sangat dipengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk pada PT. ANDALAS BERSAMA CORP, menurun, hal ini disebabkan karena adanya produk yang tidak sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan perusahaan atau produk cacat / gagal dan

produk tersebut tidak sesuai dengan harapan pelanggan. dan hal ini terjadi disebabkan karena kelalaian bagian produksi dan kurang terlatihnya tenaga kerja bagian produksi dalam mengerjakan aktivitasnya karena beberapa tenaga kerja bagian produksi adalah pegawai baru. Hal ini akan mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada penjelasan penulis sebelumnya.

Dan berdasarkan analisa data biaya kualitas terhadap penjualan sebelumnya, penulis mengatakan bahwa tingkat penjualan PT. ANDALAS BERSAMA CORP, sangat dipengaruhi oleh kualitas produk PT. ANDALAS BERSAMA CORP. belum berhasil menjalankan aktivitas usahanya dengan pengelolaan dan pengendalian kualitas yang efektif dan efisien dalam menghasilkan produk yang berkualitas.

**Table 4.6**  
**Hubungan Biaya Kualitas dan Penjualan PT. ANDALAS BERSAMA CORP**  
**(dalam jutaan rupiah)**

Tahun	X	Y	X.Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
2003	80	205	16400	6400	42025
2004	85	212	18020	7225	44944
2005	91	230	20930	8281	52900
2006	97	233	22601	9409	54289
2006	105	242	25410	11025	58564
Σ	458	1122	103361	42340	252722

Selanjutnya jika kita lihat hubungan biaya kualitas dengan tingkat penjualan dapat digambarkan dengan pendekatan persamaan sebagai berikut ;

Persamaan Regresi :

$$Y = a + bX$$

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

$$= \frac{5(103361) - (458 \cdot 1122)}{5(42340) - (458)^2}$$

$$= \frac{2929}{1939}$$

$$= 1,5$$

$$a = \bar{Y} - b \cdot \bar{X}$$

$$= 222,4 - 1,5 (91,6)$$

$$= 87$$

$$Y = 87 + 1,5 X$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}}{n}$$

$$= \frac{1122}{5}$$

$$= 224,4$$

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$$= \frac{458}{5}$$

$$= 91,6$$

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

$$= \frac{5 \cdot 103361 - (458)(1122)}{\sqrt{5(42340) - (209764)} \cdot \sqrt{5(252722) - (1258884)}}$$

$$= \frac{2929}{\sqrt{1936} \cdot \sqrt{4726}}$$

$$= 0,97$$

r = 0.97 artinya korelasi ( hubungan ) antara biaya kualitas ( X ) dengan penjualan ( Y ) adalah kuat dan positif .

Koefesien Determinasi ( koefesien penentu ) adalah  $r^2 = ( 0.97 )^2 = 0.94$  atau 94% ( 0.94 X 100% ). Artinya pengaruh kualitas terhadap penjualan sebesar 94%

seadngkan 6% faktor lain, misalnya, produk yang baik dll.

## 5 PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa penelitian yang dilakukan oleh penulis atas penerapan biaya kualitas dan pengaruhnyaterhadap tingkat penjualan pada PT. ANDALAS BERSAMA CORP.’ Maka penulis menyimpulkan beberapakan sebagai berikut :

1. Konsep kualitas bagi PT. ANDALAS BERSAMA CORP. Adalah bagaimana perusahaan menjalankan aktivitas usaha secara tepat untuk menghasilkan produk yang mampu memenuhi persyaratan yang telah ditentukan perusahaan. Persyaratan pertama yaitu, perusahaan menghasilkan produk yang mampu memenuhi harapan pelanggan. Persyaratan kedua yaitu, perusahaan menghasilkan produk yang mampu memenuhi spesifikasi produk atau harus memenuhi standar produk dan karakteristik produk tersebut harus sesuai dengan kebutuhan customer. Persyaratan ketiga yaitu, perusahaan menghasilkan produk yang mampu memenuhi persyaratan-persyaratan undang-undang yang telah ditetapkan pemerintah, yaitu produk yang dihasilkan harus nyaman terhadap lingkungan dan proses produksi harus mementingkan keselamatan kerja.
2. Biaya-biaya yang berkaitan dengan kualitas yang terdapat dalam aktivitas usaha perusahaan dikeluarkan oleh PT ANDALAS BERSAMA CORP. Sebagai biaya untuk menghasilkan prodok yang berkualitas dan biaya pengawasan terhadap kualitas aktivitas usaha yang dilakukan di PT.ANDALAS BERSAMA CORP., biaya kualitas pada PT. ANDALAS BERSAMA CORP. dikelompokkan dan diidentifikasi berdasarkan terjadinya biaya dan pihak

yang berwenang atau bertanggung jawab atas biaya kualitas tersebut.

3. Didistribusi biaya kuaita PT. ANDALAS BERSAMA CORP, belum cukup baik, karena besarnya nilai kegagalan mendominasi dibandingkan dengan biaya pengendalian dan pengawasan. Besarnya biaya kegagalan bekisar 63-65% dari total biaya kualitas secara keseluruhan, sedangkan biaya pengendalian dan pengawasan berkisar 34-37% dari total biaya kualitas secara keseluruhan. Seharusnya biaya pengendalian dan pengawasan yang dikeluarkan oleh perusahaan mampu meminimumkan biaya kegagalan yang terjadi. Tetapi biaya pengendalian dan pengawasan yang dikeluarkan PT. ANDALAS BERSAMA CORP. Belum mampu mengendalikan dan meminimumkan biaya kegagalan yang terjadi. Bila hal ini terjadi harus terus menerus akan dapat mengurangi nilai penjualan serta pendapatan bagi perusahaan.
4. Terdapat hubungan atau pengaruh yang negatif antara biaya kuaitas dan penjualan. Biaya kualitas memberikan pengaruh negatif yang cukup besar terhadap tingkat penjualan pada PT. ANDALAS BERSAMA CORP., ini berarti menunjukkan bahwa semakin tinggi atau meningkatnya biayakualitas, penjualan perusahaan tidak akan mengalami peningkatan bahkan mungkin dapat menyebabkan penjualan perusahaan mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan biaya kualitas meningkat, karena terlalu besarnya biaya kegagalan yang terjadi di PT. ANDALAS BERSAMA CORP, yang disebabkan karena kualitas produk perusahaan menurun. Hal ini terjadi disebbskan karena adanya produk yang tidak sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan perusahaan, dimana hal ini disebabkan karena kelalaian bagian produksi, kurang terlihatnya tenaga

kerja bagian produksi adalah pegawai baru. Jika hal ini terjadi terus menerus dapat mengakibatkan tingkat penjualan perusahaan menurun selain faktor kualitas produk mempengaruhi tingkat penjualan pada PT. ANDALAS BERSAMA CORP., seperti harga jual produk dan pemasaran produk.

5. Secara keseluruhan PT. ANDALAS BERSAMA CORP. Belum bisa dikatakan berhasil dalam pelaksanaan pengendalian kualitasnya, karena presentase total biaya penjualannya masih cukup tinggi, yaitu berkisar diangka 16 sampai dengan 25% masih jauh dari standar ideal yang hanya 2,5%.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pengamatan penulis atas penerapan biaya kualitas pada PT. ANDALAS BERSAMA CORP, dan pengaruhnya terhadap tingkat penjualan, maka penulis coba memberikan saran-saran yang mungkin berguna bagi pada PT. ANDALAS BERSAMA CORP., yaitu:

1. Agar pengelompokan biaya kualitas pada PT. ANDALAS BERSAMA CORP. Tidak hanya didasarkan pada terjadinya biaya dan pihak yang berwenang atau bertanggung jawab atas biaya kualitas tersebut. Namun juga dapat dikelompokkan berdasarkan sifat dan karakteristik dari masing-masing kualitas, apakah biaya-biaya tersebut termasuk kedalam biaya pencegahan, biaya penilaian, atau biaya kegagalan.
2. Sebaliknya PT. ANDALAS BERSAMA CORP. Dapat menyusun anggaran untuk menentukan besarnya standar biaya kualitas sehingga tidak lebih dari 2,5% penjualan. Oleh karena itu, perusahaan sebaliknya dapat berupaya untuk menekan biaya kualitas dengan lebih menyaring atau memprioritaskan biaya-biaya yang memberikan nilai tambah bagi pelaksanaan pengendalian kualitas perusahaan. Perusahaan sebaliknya

memberikan perhatian lebih kepada biaya pencegahan dan penilaian, karena dengan memberikan perhatian lebih kepada kedua biaya ini diharapkan kegagalan yang terjadi dapat diminimalisir.

3. Agar pelaksanaan sistem pengendalian kualitas berjalan lebih efektif, sebaiknya perusahaan menganalisis sebab dan akibat yang ditimbulkan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam program perbaikan kualitas tersebut. Untuk menganalisisnya perusahaan dapat menggunakan diagram sebab akibat, karena dengan melihat hasil dari analisis, perusahaan dapat melihat masalah mana yang perlu mendapatkan prioritas untuk ditanggulangi, mencari solusi dari masalah yang telah diidentifikasi ataupun mengambil keputusan, apakah manajemen harus mengurangi atau menambah suatu biaya.
4. Penyajian laporan biaya kualitas dalam penelitian ini dapat digunakan, khususnya oleh pihak manajemen perusahaan untuk menganalisa dan memahami masalah-masalah yang terjadi berkaitan dengan perbaikan dan peningkatan kualitas, serta untuk melakukan pengambilan keputusan yang tepat atas masalah-masalah tersebut sehingga tidak berdampak pada tingkat penjualan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Goetsh, David L. dan Stanley Davis. 1994  
**Qualit. Introduction to Total Quality : Quality Productivity, Competitiveness.** Prentice Hall International Edition. Mc Millan College Publishing Company, Inc.
- Gaspersz, Vincet 2001. **Total Quality Manajement.** Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hansen, Don R. dan Maryenne M. Mowen. 2001. **Manajemen Accounting 4th**

- Edition.** Cincinnati, Ohio: South – Western Publishing Co.
- Hansen, Don R. dan Maryenne M. Mowen. 2001. **Manajemen Biaya.** Terjemahan Indonesia, Jilid II. Jakarta: Salemba Empat
- Harefa, Andrias. 2000. **Pesona Bisnis direct Selling and MLM.** Jakarta PT. Gramedia
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 1995. **Dasar-Dasar Pemasaran.** Terjemahan Bahasa Indonesia. Buku I. Jakarta. Prenhallindo
- Nasution, M.N. 2001. **Manajemen Mutu Terpadu.** Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Soemarso S.R 1999. **Akuntansi Suatu Pengantar.** Jilid I. Jakarta: PT. ANEKA CIPTA.
- Standar Akuntansi Indonesia, IAI. 199. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjicptono, Fandy and Anastasia Diana. 2001. **Total Quality Manajement.** Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yamit, Zulian. 2004. **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa.** Yogyakarta: Ekonisia.
- Drs. Jumingan, SE, MM, Msi. 2005. **Analisa Laporan Keuangan.** Jakarta: PT. Gramedia.