

BAB II
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN
HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Biaya Kualitas

2.1.1.1 Pengertian Biaya

Di dalam suatu perusahaan informasi sangatlah penting, terutama informasi biaya. Untuk menjadi suatu informasi data yang diolah tersebut harus berguna bagi pemakainya. Untuk dapat berguna, maka informasi harus didukung oleh tiga pilar sebagai berikut, tepat kepada orangnya atau relevan (*relevance*), tepat waktu (*timeliness*) dan tepat nilainya atau akurat (Jogiyanto: 37). Oleh karena itu, sebelum kita membahas biaya kualitas sebaiknya kita mengetahui pengertian biaya terlebih dahulu.

Menurut Alnoor Bhimani, Charles T. Horngren, Srikant M. Datar dan George Foster (2008: 38) definisi biaya adalah:

“Accountants usually define cost as a resource sacrificed or forgone to achieve a specific objective”.

Menurut Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014: 36) Kos (*cost*) adalah:

“Pengorbanan sistem ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang”.

Menurut Willliam K. Carter (2009: 30) yang dialih bahasakan oleh Krista definisi biaya adalah:

“Suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan pada tanggal akuisisi dicerminkan oleh penyusutan atas kas atau asset lain yang terjadi pada saat ini atau dimasa yang akan datang”.

Menurut Don R. Hansen, Maryanne M. Mowen, Liming Guan (2009: 24) definisi biaya adalah:

“Cost is the cash or noncash assets sacrificed for goods and services that are expected to bring a current or future benefit to the organization”.

Mulyadi (2015: 8) mendefinisikan biaya adalah sebagai berikut:

“Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan telah terjadi untuk tujuan tertentu.

Ada 4 unsur dalam definisi biaya tersebut, yaitu:

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi,
2. Diukur dalam satuan uang,
3. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu”.

Sering kali, istilah biaya (*cost*) digunakan sebagai sinonim dari beban (*Expense*). Tetapi, beban dapat didefinisikan sebagai arus keluar yang tertukar dari barang atau jasa, yang kemudian ditandingkan dengan pendapatan untuk menentukan laba. Dari uraian tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa biaya adalah nilai tukar baik berupa kas atau non kas atau pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan barang dan jasa yang dapat memberikan manfaat di masa kini dan masa mendatang.

2.1.1.2 Objek Biaya

Sistem akuntansi manajemen dibuat untuk mengukur dan membebaskan

biaya kepada entitas yang disebut sebagai objek biaya.

Menurut Mowen, Hansen dan Heitger (2014: 26) definisi objek biaya adalah:

“A cost object is any item such as a product, customer, department, project, geographic region, plant, and so on, for which costs are measured and assigned”.

Menurut William K. Carter yang dialih bahasakan oleh krisna (2009: 31) definisi objek biaya adalah:

“Objek biaya (Cost Object) atau tujuan biaya (Cost Objective) adalah suatu item atau aktivitas yang biayanya diakumulasi dan diukur. Item-item dan aktivitas-aktivitas yang dapat menjadi objek biaya yaitu, produk, batch dari unit-unit sejenis, pesanan pelanggan, kontrak, lini produk, proses, departemen, divisi, proyek, tujuan strategis”.

Menurut Hansen dan Mowen (2012: 49) dialih bahasakan oleh Dewi Arnos Kwary definisikan objek biaya adalah:

“Objek biaya adalah dapat berupa apapun, seperti produk, pelanggan, departemen, proyek, aktivitas dan lain-lain yang digunakan untuk mengukur dan membebaskan biaya”.

Menurut Alnoor Bhimani, Charles T. Horngren, Srikant M. Datar dan George Foster (2008: 38) definisi objek biaya adalah:

“Cost object, which is anything for which a separate measurement of costs is desired”.

Sedangkan menurut Baldrice Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014: 39) definisi objek biaya adalah:

“Objek biaya adalah unsur berupa apa pun yang kepadanya biaya

dibebankan. Objek biaya dapat berupa produk, departemen, aktivitas, atau bahkan pelanggan”.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa objek biaya merupakan suatu item atau aktivitas dalam suatu perusahaan yang biayanya diakumulasi, diukur dan dibebankan.

2.1.1.3 Klasifikasi Biaya

Data suatu transaksi dapat menghasilkan informasi yang berbeda. Akuntansi manajemen dituntut untuk menghasilkan informasi yang berbeda sesuai dengan tujuan pengguna informasi. Informasi biaya yang berbeda dapat dihasilkan dengan klasifikasi biaya.

Menurut William K. Carter (2009: 40) yang dialih bahasakan oleh Krista bahwa klasifikasi adalah:

“Klasifikasi biaya adalah sangat penting untuk membuat ikhtisar yang berarti atas data biaya. Klasifikasi yang paling umum didasarkan pada hubungan antara biaya dengan hal-hal sebagai berikut:

1. Produk (satu lot, *batch* atau unit dari suatu barang jadi atau jasa).
2. Volume produksi
3. Departemen, proses, pusat biaya (*cost center*), atau subdivisi lain dari manufaktur
4. Suatu keputusan, tindakan atau evaluasi”.

Menurut Mulyadi (2015: 15) menggolongkan biaya menjadi lima bagian, yaitu:

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran.
2. Penggolongan biaya menurut fungsi dalam perusahaan.
 - 1) Biaya produksi
 - 2) Biaya pemasaran
 - 3) Biaya administrasi dan umum
3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.
 - 1) Biaya langsung (*direct cost*)

- 2) Biaya tidak langsung (*indirect cost*)
4. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya
 - 1) Biaya Variabel
 - 2) Biaya Semi Variabel
 - 3) Biaya Semi *Fixed*
 - 4) Biaya Tetap
5. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya.
 - 1) Berdasarkan pengeluaran modal (*capital expenditure*)
 - 2) Berdasarkan pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*)”.

Sedangkan menurut Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014: 36) biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan:

- “
1. Ketertelusuran biaya
Berdasarkan ketertelusuran biaya ke produk, biaya dapat digolongkan menjadi dua, yaitu:
 - 1) Biaya langsung (*direct cost*)
Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri sampai kepada produk secara langsung. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri sampai kepada produk.
 - 2) Biaya tidak langsung (*indirect cost*)
Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung ditelusuri ke produk. Gaji mandor produksi adalah contoh biaya tidak langsung.
 2. Perilaku biaya
Tingkat aktivitas dapat berubah-ubah, naik atau turun. Perilaku biaya menggambarkan pola variasi perubahan tingkat aktivitas terhadap perubahan biaya. Berdasarkan perilakunya, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:
 - 1) Biaya variabel (*variable cost*)
Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
 - 2) Biaya tetap (*fixed cost*)
Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran tertentu. Walaupun tingkat aktivitas meningkat atau menurun, jumlah biaya tetap tidak berubah.
 - 3) Biaya campuran (*mixed cost*)
Biaya campuran adalah biaya yang memiliki karakteristik

biaya variable dan sekaligus biaya tetap. Sebagian unsur biaya campuran berubah sesuai dengan perubahan aktivitas.

3. Fungsi pokok perusahaan
 - 1) Biaya produksi (*production cost*)
Biaya produksi adalah biaya untuk membuat bahan menjadi produk jadi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.
 - 2) Biaya pemasaran (*marketing expense*)
Biaya pemasaran meliputi berbagai biaya yang terjadi untuk untuk memasarkan produk atau jasa. Biaya pemasaran terjadi dalam fungsi pemasaran. Contoh biaya pemasaran adalah biaya promosi, iklan, dan biaya pengiriman.
 - 3) Biaya administrasi dan umum (*general and administrative expense*)
Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan, dan mengendalikan perusahaan. Contoh biaya administrasi dan umum adalah gaji pegawai administrasi, biaya depresiasi gedung kantor, dan biaya perlengkapan kantor.
4. Elemen biaya produksi
Aktivitas produksi adalah aktivitas mengolah bahan menjadi produk jadi. Pengolahan bahan dilakukan oleh tenaga kerja, mesin, peralatan, dan fasilitas pabrik lainnya. Berdasarkan fungsi produksi biaya dapat diklasifikasi menjadi tiga, yaitu:
 - 1) Biaya bahan baku (*raw material cost*)
 - 2) Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour cost*)
 - 3) Biaya *overhead* pabrik (*manufacture overhead cost*)”.

2.1.1.4 Metode Pembebanan Biaya

Menurut Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014:39) metode pembebanan biaya adalah penentuan biaya yang dikonsumsi oleh objek biaya. Ada tiga metode pembebanan biaya. Ketiga metode tersebut adalah:

- “
1. Penelusuran langsung (*direct tracing*)
Penelusuran langsung adalah proses penentuan biaya yang dikonsumsi objek biaya dengan mengamati hubungan langsung antara biaya dan objek biayanya.
 2. Penelusuran pemicu (*driver tracing*)
Penelusuran pemicu adalah proses penentuan biaya yang dikonsumsi objek biaya dengan mengamati hubungan sebab-akibat antara pemicu dan objek biaya.
 3. Alokasi (*allocation*)
Ada biaya yang terjadi akan tetapi tidak memiliki hubungan sebab-akibat dengan objek biaya. Ada juga biaya yang secara tidak langsung dapat ditelusuri ke objek biaya. Apabila hal ini terjadi, maka alternatif metode yang tersedia untuk membebaskan biaya ke objek biaya adalah alokasi”.

2.1.1.5 Pengertian Kualitas

Banyak perusahaan menjual produk atau jasa yang sama. Disamping harga yang dianggap menentukan keberhasilan penjualan suatu produk, ada faktor lain yang juga sangat menentukan, yaitu kualitas/mutu. Para pelanggan dimana saja akan meminta produk dengan kualitas tinggi. Perusahaan harus memproduksi produk dan menyediakan jasa bermutu untuk dapat bertahan, menjaga pangsa pasar, memperoleh hasil imbalan yang diinginkan, dan mempertahankan strategi yang kompetitif. Berikut ini beberapa pengertian dari kualitas atau mutu.

Menurut Blocher, Chen, Cokins dan Lin (2007: 387) yang dialih bahasakan oleh Krista definisi mutu yaitu:

“Produk dikatakan memiliki mutu (*quality*) jika produk tersebut sesuai dengan desain atau spesifikasi yang memenuhi atau melebihi haapan pelanggan pada harga bersaing yang bersedia dibayar pelanggan”.

Menurut Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014:285) definisi kualitas adalah sebagai berikut:

“Kualitas (*quality*) dapat diartikan berbeda antara satu orang dan orang lain. Biasanya kualitas dapat dilihat dari dua factor utama berikut ini:

1. Memuaskan harapan konsumen yang berkaitan dengan atribut-atribut harapan konsumen. Harapan konsumen atas produk dan jasa tentu saja berbeda antara satu konsumen dengan konsumen lainnya. Harapan konsumen ini dapat dilihat dari beberapa dimensi yang mewakili kualitas seperti berikut ini:
 - 1) Kinerja (*performance*) adalah tingkat konsistensi dan seberapa baik produk dapat berfungsi.
 - 2) Estetika (*aesthetic*) adalah tingkat keindahan penampilan produk dan penampilan dari fasilitas, perlengkapan, personel dan materi komunikasi untuk jasa.
 - 3) Kemampuan servis (*serviceability*) adalah ukuran yang menunjukkan mudah tidaknya suatu produk dirawat atau diperbaiki setelah ditangan konsumen.
 - 4) Fitur (*feature*) adalah karakteristik produk yang membedakan secara fungsional dengan produk yang mirip atau sejenis.
 - 5) Keandalan (*reliability*) adalah kemungkinan produk atau jasa dapat bekerja sesuai yang di spesifikasikan dalam jangka waktu yang ditentukan.
 - 6) Keawetan (*durability*) adalah lama produk dapat berfungsi atau digunakan.
 - 7) Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*) adalah tingkat kesesuaian produk dengan spesifikasi kualitas yang ditentukan pada desainnya.
 - 8) Kesesuaian dalam penggunaan (*fitness of use*) adalah kecocokan produk untuk menghadirkan fungsi seperti yang diiklankan.
2. Memastikan seberapa baik produk dapat memenuhi aspek-aspek teknis dari desain produk tersebut, kesesuaian kinerja dengan standar yang diharapkan, dan kesesuaian dengan standar pembuatnya”.

Sedangkan menurut Suyadi (2004: 6) mengartikan kualitas sebagai berikut:

“Mutu adalah keadaan fisik, fungsi, dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan”.

Menurut ISO 8402 dalam Vincent Gaspersz (2001: 5) kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang

kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan.

Berdasarkan definisi-definisi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan karakteristik dari produk dan jasa dengan standar yang sudah ditetapkan untuk memenuhi kebutuhan atau selera pelanggan.

2.1.1.6 Dimensi Kualitas

Menurut Garvin dalam buku Fandy dan Anastasia (2004: 27) ada delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis, terutama untuk produk manufaktur. Dimensi-dimensi tersebut adalah:

- “ 1. Kinerja (*performance*), karakteristik operasi pokok dari produk inti.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi; penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Menurut Suyadi (2004: 8) terdapat enam dimensi mutu, yaitu:

- “
1. Kinerja (*performance*), kinerja suatu produk harus dicantumkan pada labelnya, misalnya isi, berat, kekentalan, komposisi, kekuatan dalam putaran (RPM), serta lama hidup penggunaan.
 2. Keistimewaan (*type of feature*), produk bermutu yang mempunyai keistimewaan khusus dibandingkan dengan produk lain.
 3. Kepercayaan dan Waktu (*reliability and durability*), produk yang bermutu baik adalah produk yang mempunyai kinerja yang konsisten baik dalam batas-batas perawatan normal.
 4. Mudah dirawat dan diperbaiki (*maintainability and serviceability*), produk bermutu baik harus pula memenuhi kemudahan untuk diperbaiki atau dirawat.
 5. Sifat khas (*ensory characteristic*), untuk beberapa jenis produk mudah dikenal dari wanginya, bentuknya, rasanya, atau suaranya.
 6. Penampilan dan citra etis, persepsi konsumen atas suatu produk.

Dari penjelasan diatas, kita bisa mengetahui secara garis besar dimensi harapan kualitas yang diharapkan oleh konsumen, yaitu kinerja, estetika, kemudahan perawatan dan perbaikan, fitur, keandalan, tahan lama, kualitas kesesuaian, dan karakteristik/penampilan yang mengoptimalkan produk dari dimensi- dimensi tersebut.

2.1.1.7 Pengertian Biaya Kualitas

Dapat menjaga produk yang berkualitas Perusahaan harus melakukan pengukuran dan pelaporan terhadap biaya kualitas tinggi. Dengan adanya pelaporan biaya kualitas yang terukur secara akurat maka akan diketahui apakah upaya-upaya peningkatan kualitas yang telah dijalankan sudah sesuai dengan tujuan perusahaan.

Menurut Don R. Hansen, Maryanne M. Mowen, Liming Guan (2009: 498) biaya kualitas yaitu:

“the costs of quality are the costs that exist because poor quality may or

does exist”.

Menurut Blocher, Chen, Cokins dan Lin (2007: 404) yang dialih bahasakan oleh Krista pengertian biaya mutu adalah sebagai berikut:

“Biaya mutu (*cost of quality*) adalah biaya dari aktivitas yang berkaitan dengan pencegahan, pengidentifikasian, pembetulan produk yang bermutu rendah, serta biaya peluang dari waktu produksi dan penjualan yang hilang akibat mutu yang rendah”.

Menurut Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014: 288) pengertian biaya kualitas adalah:

“Biaya kualitas (*cost of quality*) merupakan biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena adanya kualitas yang rendah”.

Menurut Horngren, Datar dan Rajan (2015: 736) biaya kualitas yaitu:

“The costs of quality (COQ) are the costs incurred to prevent the production of a low quality product or the costs arising as a result of such products”.

Menurut Fandy dan Anastasia (2004: 34) mendefinisikan biaya kualitas sebagai berikut:

“Biaya kualitas adalah biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk”.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya kualitas adalah biaya yang mungkin akan terjadi atau biaya yang terjadi, yang berkaitan dengan pencegahan, pengidentifikasian, perbaikan produk yang berkualitas rendah serta biaya peluang yang hilang akibat mutu rendah.

2.1.1.8 Klasifikasi Biaya Kualitas

Menurut Mowen, Hansen dan Heitger (2014: 288) dan Horngren, Datar dan Rajan (2015: 736) klasifikasi biaya kualitas sebagai berikut:

- “
1. *Prevention costs*
 2. *Appraisal costs*
 3. *Internal failure costs*
 4. *External failure costs*”.

Menurut Willliam K. Carter yang dialih bahasakan oleh Krista (2009: 218) biaya mutu dapat dikelompokkan kedalam tiga klasifikasi besar sebagai berikut:

- “
1. Biaya pencegahan (*Prevention cost*) adalah biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya kegagalan produk. Biaya pencegahan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendesain produk dan system produksi bermutu tinggi, termasuk biaya untuk menerapkan dan memelihara sistem-sistem tersebut.
 2. Biaya penilaian (*appraisal cost*) adalah biaya yang terjadi untuk mendeteksi kegagalan produk. Biaya penilaian terdiri dari biaya inspeksi dan pengujian bahan baku, biaya inspeksi produk selama dan setelah produksi, serta biaya untuk memperoleh informasi dari pelanggan mengenai kepuasan mereka atas produk tersebut.
 3. Biaya kegagalan (*failure cost*) adalah biaya yang terjadi ketika suatu produk gagal. Kegagalan tersebut bias erjadi secar internal maupun eksternal. Biaya kegagalan internal (*internal failure cost*) adalah biaya yang terjadi selama proses produksi, seperti biaya sisa bahan baku, biaya barang cacat, biaya pengerjaan kembali, dan terhentinya produksi karena kerusakan mesin atau kehabisan bahan baku. Biaya kegagalan eksternal (*eksternal failure cost*) adalah biaya yang terjadi setelah produk dijual, meliputi biaya untuk memperbaiki dan mengganti produk yang rusak selama masa garansi, biaya untuk menangani keluhan pelanggan, dan biaya hilangnya penjualan akibat ketidakpuasan pelanggan”.

Menurut Crosby dalam Blocher, Chen, Cokins dan Lin (2007: 408) yang dialih bahasan oleh Krista menyatakan bahwa biaya mutu terdiri atas dua komponen: harga kesesuaian (*conformance*) dan harga ketidaksesuaian

(*nonconformance*). Biaya pencegahan dan penilaian merupakan biaya kesesuaian (*cost of conformance*) karena biaya-biaya tersebut terjadi dalam rangka memastikan bahwa produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan. Biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal merupakan biaya ketidaksesuaian (*cost of nonconformance*). Biaya-biaya tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan dan biaya peluang atas penolakan produk atau jasa. Biaya mutu merupakan jumlah dari biaya kesesuaian dan biaya ketidaksesuaian.

Menurut Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014: 288) biaya kualitas dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu biaya yang berkaitan dengan aktivitas pengendalian (*control activity*) dan biaya yang berkaitan dengan kegagalan (*failure activity*) yang kemudian dipecah lagi dalam empat subkelompok biaya, yaitu:

- “
1. Biaya pencegahan (*Prevention Costs*)
 2. Biaya penilaian (*Appraisal Costs*)
 3. Biaya kegagalan internal (*Internal Failure Costs*)
 4. Biaya kegagalan eksternal (*External Failure Cost*)”.

2.1.1.8.1 Biaya Pencegahan (*Prevention Cost*)

Sejauh ini, cara terbaik bagi perusahaan dalam mengeluarkan uang untuk biaya yang berkaitan dengan mutu adalah dengan menginvestasikannya kedalam tindakan-tindakan pencegahan. Biaya pencegahan akan meniadakan atau mengurangi masalah-masalah mutu dan seperti biaya yang bernilai tambah di antara biaya-biaya mutu lainnya. (Blocher, et.al, 2007: 404)

Menurut Mowen, Hansen dan Heitger (2014: 309) mendefinisikan biaya pencegahan sebagai berikut:

“*Prevention costs are incurred to prevent poor quality in the products*

or services being produced. As prevention costs increase, we would expect the costs of failure to decrease. Examples of prevention costs are quality engineering, quality training programs, quality planning, quality reporting, supplier evaluation and selection, quality audits, quality circles, field trials, and design reviews”.

Menurut Baldrice Siregar, Bambang Suripto, Dody Hapsoro, Eko

Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014: 288) biaya pencegahan yaitu:

“Biaya pencegahan adalah biaya yang terjadi karena adanya usaha untuk mencegah terjadinya kegagalan dalam menjalankan aktivitas jasa dan/atau produk yang berkualitas rendah. Pada umumnya, peningkatan biaya pencegahan diharapkan akan menghasilkan penurunan biaya kegagalan”.

Menurut William K. Carter yang dialih bahasan oleh Krista (2009:

218) mendefinisikan biaya pencegahan sebagai berikut:

“Biaya pencegahan (*Prevention cost*) adalah biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya kegagalan produk. Biaya pencegahan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendesain produk dan system produksi bermutu tinggi, termasuk biaya untuk menerapkan dan memelihara sistem-sistem tersebut”.

Menurut Vincent Gaspersz (2001: 170) contoh dari biaya pencegahan meliputi:

- “ 1. Perencanaan Kualitas
Perencanaan Kualitas adalah biaya- biaya yang berkaitan dengan aktivitas perencanaan kualitas secara keseluruhan, termasuk penyiapan prosedur- prosedur yang diperlukan untuk mengkomunikasikan rencana kualitas ke seluruh pihak yang berkepentingan.
2. Tinjauan- Ulang Produk Baru (*New- Product Review*)
Tinjauan- Ulang Produk Baru (*New- Product Review*) adalah biaya- biaya yang berkaitan dengan rekayasa keandalan (*reability engineering*) dan aktivitas- aktivitas lain yang terkait dengan kualitas yang berhubungan dengan pemberitahuan desain baru.
3. Pengendalian Proses
Pengendalian Proses adalah biaya- biaya inspeksi dan pengujian dalam proses untuk menentukan status dari proses (kapabilitas proses), bukan status dari produk.

4. **Audit Kualitas**
Audit Kualitas adalah biaya- biaya yang berkaitan dengan evaluasi atas pelaksanaan aktivitas dalam rencana kualitas secara keseluruhan.
5. **Evaluasi Kualitas Pemasok**
Evaluasi Kualitas Pemasok adalah biaya- biaya yang berkaitan dengan evaluasi terhadap pemasok sebelum pemilihan pemasok, audit terhadap aktivitas-aktivitas pemasok selama kontrak, dan usaha- usaha lain yang berkaitan dengan pemasok.
6. **Pelatihan**
Pelatihan adalah biaya- biaya yang berkaitan dengan penyiapan dan pelaksanaan program- program pelatihan yang berkaitan dengan kualitas.

Menurut Baldrice Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko

Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014: 289) contoh dari biaya pencegahan meliputi:

- “
1. Pelatihan kualitas
 2. Pendesaianan kualitas
 3. Perencanaan keandalan
 4. Pengujian model”.

Menurut Blocher, Chen, Cokins dan Lin yang dialih bahasakan oleh

Krista (2007: 404) contoh dari biaya pencegahan meliputi:

- “
1. **Biaya Pelatihan Mutu,**
Pengeluaran-pengeluaran yang terjadi untuk melaksanakan program-program pelatihan internal bagi para pegawai yang berpartisipasi dalam program-program eksternal untuk memastikan pelaksanaan produksi, pengiriman, dan pelayanan produk dan jasa yang tepat dan untuk meningkatkan mutu.
 2. **Biaya Perencanaan Mutu**
Upah dan overhead untuk perencanaan mutu dan perkumpulan mutu, desain prosedur baru, desain peralatan baru untuk meningkatkan mutu, studi keandalan, dan evaluasi pemasok.
 3. **Biaya Pemeliharaan Peralatan**
Biaya yang terjadi untuk memasang, menyesuaikan, memelihara, memperbaiki, dan mengawasi peralatan, proses, dan system produksi.
 4. **Biaya Penjaminan Pemasok**
Biaya yang terjadi untuk memastikan bahwa bahan baku, komponen, dan jasa yang diterima memenuhi standar mutu perusahaan.

5. Biaya Sistem Informasi
Biaya yang dikembangkan untuk mengembangkan persyaratan data dan mengukur, mengaudit, dan melaporkan data mutu.
6. Desain Ulang Produk dan Perbaikan Proses
Biaya yang terjadi untuk mengevaluasi dan memperbaiki desain produk dan proses operasi untuk memudahkan proses produksi atau untuk mengurangi atau meniadakan masalah-masalah mutu.
7. Perkumpulan Mutu
Biaya yang terjadi untuk membentuk dan mengoperasikan perkumpulan pengendalian mutu untuk menentukan masalah-masalah mutu dan memberikan solusi untuk meningkatkan mutu produk dan jasa”.

Jadi biaya pencegahan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mencegah kegagalan dan terjadinya cacat selama proses produksi.

2.1.1.8.2 Biaya Penilaian (*Appraisal Costs*)

Menurut Willian K. Carter yang dialih bahasakan oleh Krista (2009: 219) biaya penilaian adalah biaya yang terjadi untuk mendeteksi kegagalan produk. Biaya penilaian terdiri atas biaya inspeksi dan pengujian bahan baku, inspeksi produk selama dan setelah proses produksi, serta biaya untuk memperoleh informasi dari pelanggan mengenai kepuasan mereka atas produk tersebut.

Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014: 288) mengemukakan biaya penilaian yaitu biaya yang terjadi karena dilakukannya penentuan apakah produk dan/atau jasa yang dihasilkan telah sesuai dengan permintaan atau kebutuhan konsumen.

Mowen, Hansen dan Heitger (2014: 288) mendefinisikan biaya penilaian sebagai berikut:

“Appraisal costs are incurred to determine whether products and

services are conforming to their requirements or customer needs. Examples include inspecting and testing raw materials, packaging inspection, supervising appraisal activities, product acceptance, process acceptance, measurement (inspection and test) equipment, and outside endorsements. The main objective of the appraisal function is to prevent nonconforming goods from being shipped to customers”.

Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo,

Frasto Biyanto (2014: 288) contoh dari biaya penilaian meliputi:

- “1. Review desain
2. Inspeksi bahan
3. Pengujian keandalan
4. Inspeksi mesin
5. Pengujian laboratorium
6. Akseptasi proses”.

Menurut Vincent Gaspersz (2001: 170) contoh dari biaya penilaian

meliputi:

- “ 1. Inspeksi dan Pengujian Kedatangan Material
Inspeksi dan pengujian kedatangan material adalah 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 oleh pihak ketiga.
2. Inspeksi dan Pengujian Produk dalam Proses
Inspeksi dan Pengujian Produk dalam Proses adalah biaya- biaya yang berkaitan dengan evaluasi tentang konformansi produk dalam proses terhadap persyaratan kualitas (spesifikasi) yang ditetapkan.
3. Audit Kualitas Produk
Audit Kualitas Produk adalah biaya- biaya untuk melakukan audit kualitas pada produk dalam proses atau produk akhir.
4. Pemeliharaan Akurasi Peralatan Pengujian
Pemeliharaan Akurasi Peralatan Pengujian adalah biaya- biaya dalam melakukan kalibrasi (penyesuaian) untuk mempertahankan akurasi instrumen pengukuran dan peralatan.
5. Evaluasi Stok
Evaluasi Stok adalah biaya- biaya yang berkaitan dengan pengujian produk dalam penyimpanan untuk menilai degradasi kualitas”

dikeluarkan untuk mendeteksi kegagalan produk serta menentukan apakah produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan atau tidak.

2.1.1.8.3 Biaya Kegagalan Internal (*Internal Failure Cost*)

Menurut Mowen, Hansen dan Heitger (2014: 289) mendefinisikan biaya kegagalan internal sebagai berikut:

“Internal failure costs are incurred when products and services do not conform to specifications or customer needs. This nonconformance is detected before the bad products or services (nonconforming, unreliable, not durable, and so on) are shipped or delivered to outside parties. These are the failures detected by appraisal activities. Examples of internal failure costs are scrap, rework, downtime (due to defects), reinspection, retesting, and design changes. These costs disappear if no defects exist”.

Menurut William K. Carter yang dialih bahasakan oleh Krista (2009: 219) biaya kegagalan internal (*internal failure cost*) adalah biaya yang terjadi selama proses produksi, seperti biaya sisa bahan baku, biaya barang cacat, biaya pengerjaan kembali, dan terhentinya produksi karena kerusakan mesin atau kehabisan bahan baku.

Menurut Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014: 288) Biaya Kegagalan Internal adalah biaya yang terjadi saat produk dan/atau jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan permintaan atau kebutuhan konsumen. Ketidaksesuaian ini terdeteksi pada saat produk masih berada di pihak perusahaan atau sebelum dikirim ke pihak luar perusahaan. Biaya ini tidak akan muncul apabila tidak ditemukan kesalahan dalam produk sebelum pengiriman.

Jadi biaya kegagalan internal berfungsi untuk mendeteksi

ketidaksesuaian produk yang dikeluarkan oleh perusahaan, tetapi produk tersebut belum sampai pada pelanggan. Biaya kegagalan internal juga digunakan untuk mendeteksi produk yang rusak/ kualitasnya buruk.

Menurut Vincent Gaspersz (2001: 169) Biaya Kegagalan Internal meliputi:

- “ 1. *Scrap*
Scrap adalah biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja, material, dan biasanya overhead pada produk cacat yang secara ekonomis tidak dapat diperbaiki kembali. Terdapat banyak ragam nama dari jenis ini, yaitu: *scrap*, cacat, pemborosan, usang, dan lain- lain.
2. Pekerjaan Ulang (*Rework*)
Pekerjaan ulang (*Rework*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperbaiki kesalahan (mengerjakan ulang) agar memenuhi spesifikasi yang ditentukan.
3. Analisis Kegagalan (*Failure Analysis*)
Analisis kegagalan (*Failure Analysis*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk menganalisis kegagalan produk guna menentukan penyebab-penyebab kegagalan itu.
4. Inspeksi Ulang dan Pengujian Ulang (*Reinspection and Retesting*)
Inspeksi ulang dan pengujian ulang (*Reinspection and Retesting*) adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk inspeksi ulang dan pengujian ulang produk yang telah mengalami pengerjaan ulang atau perbaikan kembali.
5. *Downgrading*
Downgrading adalah selisih antara harga jual normal dan harga yang dikurangi karena alasan kualitas.
6. *Avoidable Process Losses*
Avoidable process losses adalah biaya- biaya kehilangan yang terjadi, meskipun produk itu tidak cacat (konformans), sebagai contoh: kelebihan bobot produk yang diserahkan ke pelanggan karena variabilitas dalam peralatan pengukuran, dan lain- lain”.

2.1.1.8.4 Biaya Kegagalan Eksternal (*External Failure Costs*)

Menurut Mowen, Hansen dan Heitger (2014: 289) mendefinisikan biaya kegagalan eksternal berikut:

“External failure costs are incurred when products and services fail to conform to requirements or satisfy customer needs after being delivered to customers. Of all the costs of quality, this category can be the most devastating. For example, costs of recalls can run into the hundreds of millions of dollars. Other examples include lost sales because of poor product performance, returns and allowances because of poor quality, warranties, repairs, product liability, customer dissatisfaction, lost market share, and complaint adjustment”.

Menurut William K. Carter yang dialih bahasan oleh Krista (2009: 219) biaya kegagalan eksternal (*eksternal failure cost*) adalah biaya yang terjadi setelah produk dijual, meliputi biaya untuk memperbaiki dan mengganti produk yang rusak selama masa garansi, biaya untuk menangani keluhan pelanggan, dan biaya hilangnya penjualan akibat ketidakpuasan pelanggan.

Menurut Vincent Gaspersz (2001: 169) Biaya kegagalan eksternal adalah biaya-biaya yang berhubungan dengan kesalahan dan nonkonformansi (*errors and nonconformance*) yang ditemukan setelah produk itu diserahkan ke pelanggan. Biaya- biaya ini tidak akan muncul apabila tidak ditemukan kesalahan atau nonkonformansi dalam produk setelah pengiriman.

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.

Menurut Vincent Gaspersz (2001: 169) Biaya Kegagalan Eksternal

meliputi:

- “
1. Jaminan (*warranty*)
Jaminan (*Warranty*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk pergantian atau perbaikan kembali produk yang masih berada dalam masa jaminan.
 2. Penyelesaian Keluhan (*Complaint Adjustment*)
Penyelesaian keluhan (*Complaint Adjustment*) adalah biaya- biaya yang dikeluarkan untuk penyelidikan dan penyelesaian keluhan yang berkaitan dengan produk cacat.
 3. Produk dikembalikan (*Returned Product*)
Produk dikembalikan (*Returned Product*) adalah biaya- biaya yang berkaitan dengan penerimaan dan penempatan produk cacat yang dikembalikan oleh pelanggan.
 4. *Allowances*
Allowances adalah biaya- biaya yang berkaitan dengan konsesi pada pelanggan karena produk yang berada di bawah standar kualitas yang sedang diterima oleh pelanggan atau yang tidak memenuhi spesifikasi dalam penggunaan”.

2.1.1.9 Pengukuran Biaya Kualitas

Selain klasifikasi diatas biaya kualitas dapat juga diklasifikasi menjadi dua menurut kemudahan dalam pengamatannya. Pertama adalah biaya kualitas yang dapat diamati (*observable quality cost*) dan yang kedua biaya kualitas yang tersembunyi (*hidden quality cost*). Biaya kualitas yang dapat diamati merupakan biaya kualitas yang secara langsung dapat diukur dan biasanya datanya tersedia dalam laporan akuntansi perusahaan. Termasuk dalam kelompok ini adalah biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal. Sedangkan biaya kualitas tersembunyi merupakan biaya atas hilangnya kesempatan yang diakibatkan oleh rendahnya kualitas. Biaya ini biasanya tidak terdapat dalam laporan akuntansi. Selain itu biaya ini sulit diukur secara akurat jumlahnya. Oleh karena itu, penentuan biaya ini menjadi hal penting.

Adanya ketiadaan metode yang dapat digunakan untuk mengukur secara akurat biaya kualitas tersembunyi sehingga cara terbaik untuk menentukan besaran biaya ini adalah dengan menggunakan pendekatan estimasi. Beberapa pendekatan estimasi yang lazim digunakan adalah metode multiplier, metode riset pasar, dan metode *taguchi quality loss function*.

1. Metode Multiplier

Berdasarkan metode ini diasumsikan bahwa total biaya kualitas merupakan multiplikasi dari beberapa ukuran biaya kegagalan sehingga untuk mengestimasi biaya kegagalan total dapat dilakukan dengan mengalikan satu angka pengali yang ditentukan dengan biaya kegagalan total yang terobservasi. Hal ini dapat diformulasikan sebagai berikut.

$$\text{Biaya kegagalan eksternal total} = k \times \text{biaya kegagalan eksternal terobservasi}$$

Simbol k merupakan angka pengali yang merefleksikan efek multiplier. Perusahaan menentukan k berdasarkan data-data di masa lalu atau pengalaman perusahaan.

2. Metode *Taguchi Quality Loss Function*

Metode ini mengasumsikan bahwa setiap penyimpangan dari target kualitas akan menyebabkan biaya kualitas tersembunyi dan kenaikan biaya kualitas merupakan pengkuadratan setiap penyimpangan dari nilai target. Metode taguchi dapat diformulasikan sebagai berikut.

$$L(y) = k(y - T)^2$$

Keterangan:

k = konstanta proporsional yang tergantung pada struktur biaya kegagalan eksternal perusahaan. Symbol k merupakan nilai yang diestimasi dan dihitung dengan membagi nilai biaya terestimasi dengan pangkat penyimpangan dari nilai target.

Symbol k dihitung dengan cara:

$$k = c \div d$$

- c = kerugian pada limit terendah atau tertinggi
- d = jarak limit dari nilai target
- y = Nilai actual karakteristik kualitas
- T = Nilai target karakteristik kualitas
- L = Kerugian akibat kualitas (biaya kegagalan eksternal total)

2.1.1.10 Pengelolaan Biaya Kualitas

Menurut para pakar kualitas, suatu perusahaan dengan program pengolahan kualitas yang berjalan dengan baik, biaya kualitas yang dikeluarkan tidak lebih besar dari 2,5% dari penjualan. Setiap perusahaan dapat menyusun anggaran untuk menentukan besarnya standar biaya kualitas kelompok atau elemen secara individual, sehingga biaya kualitas total yang dianggarkan tidak lebih dari 2,5% dari penjualan.

Menurut Fandy dan Anastasia (2004: 43), agar laporan biaya kualitas dapat bermanfaat maka terdapat hal- hal yang harus diperhatikan, yaitu:

- “ 1. Biaya kualitas harus digolongkan ke dalam biaya variabel dan

- biaya tetap dihubungkan dengan penjualan.
2. Untuk biaya variabel, penyempurnaan kualitas dicerminkan oleh pengurangan rasio biaya variabel. Pengurangan kinerja dapat menggunakan salah satu dari dua cara sebagai berikut:
 - 1) Rasio biaya variabel pada awal dan akhir periode tertentu dapat digunakan untuk menghitung penghematan biaya sesungguhnya, atau kenaikan biaya sesungguhnya.
 - 2) Rasio biaya yang dianggarkan dan rasio sesungguhnya dapat juga digunakan untuk mengukur kemajuan ke arah pencapaian secara periodik.
 - 3) Untuk biaya tetap, penyempurnaan biaya kualitas dicerminkan oleh perubahan absolut jumlah biaya tetap”.

Menurut Baldric Siregar, Bambang Suripto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014: 293) terdapat empat pengelolaan biaya kualitas:

- “1. Pandangan tradisional
 Dalam model ini, kualitas dibagi dalam tiga zona relatif terhadap titik total biaya kualitas minimum. Aktivitas peningkatan kualitas dipilih pada daerah dibawah zona tingkat kualitas optimal, zona kesempurnaan berada diatasnya, dan diantara keduanya terdapat zona tidak berbeda (*indifference*).
2. Pandangan Kontemporer
 Inti dari pandangan ini adalah untuk mendapatkan manfaat biaya maka tidak diperbolehkan adanya produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan.
3. *Activity Based Management* dan Biaya Kualitas Optimal
 ABM membedakan biaya kualitas menjadi dua kelompok, yaitu biaya bernilai tambah dan biaya tidak bernilai tambah. Dengan menggunakan kriteria penentuan biaya bernilai tambah maka biaya kualitas kelompok penilaian serta kegagalan internal dan eksternal adalah biaya tidak berniali tambah, sedangkan biaya pencegahan dapat dikategorikan sebagai biaya berniali tambah jika aktivitas pencegahan dapat dijalan kan secara efisien.
4. Analisis *Trend*
 Pelaporan biaya kualitas dapat memberikan gambaran mengenai distribusi biaya kualitas dalam kelompok-kelompok aktivitas kualitas. Namun dalam pelaporan tersebut tidak dapat memberikan gambaran sejauh mana perkembangan program perbaikan kualitas yang dilakukan. Agar dapat gambaran keberhasilan diperlukan perbandingan perkembangan progam perkembangan kualitas Perbandingan dilakukan untuk semua komponen biaya kualitas , baik secara total maupun secara perkomponen”.

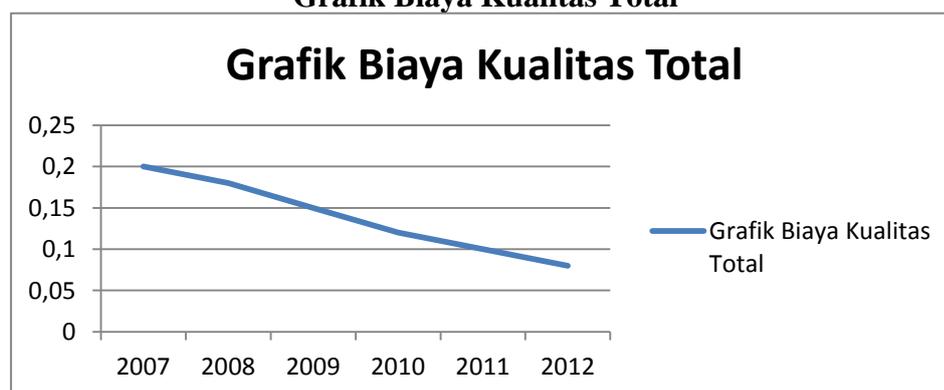
Penjelasan tersebut mengarahkan agar standar dari biaya kualitas dapat tercapai, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi perilaku setiap elemen biaya kualitas individual. Berikut ini terdapat contoh dari pengelolaan biaya kualitas (analisis *trend*) baik secara keseluruhan maupun perkomponen yang disajikan dalam bentuk tabel dan grafik sebagai berikut:

Tabel 2.1
Data Biaya Kualitas

Tahun	Biaya Kualitas	Penjualan	% Biaya dari Penjualan
2007	1.800.000	9.000.000	20%
2008	1.650.000	9.167.000	18%
2009	1.400.000	9.333.000	15%
2010	1.325.000	11.041.700	12%
2011	1.200.000	12.000.000	10%
2012	1.000.000	12.500.000	8%

Sumber: Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014:296).

Gambar 2.1
Grafik Biaya Kualitas Total

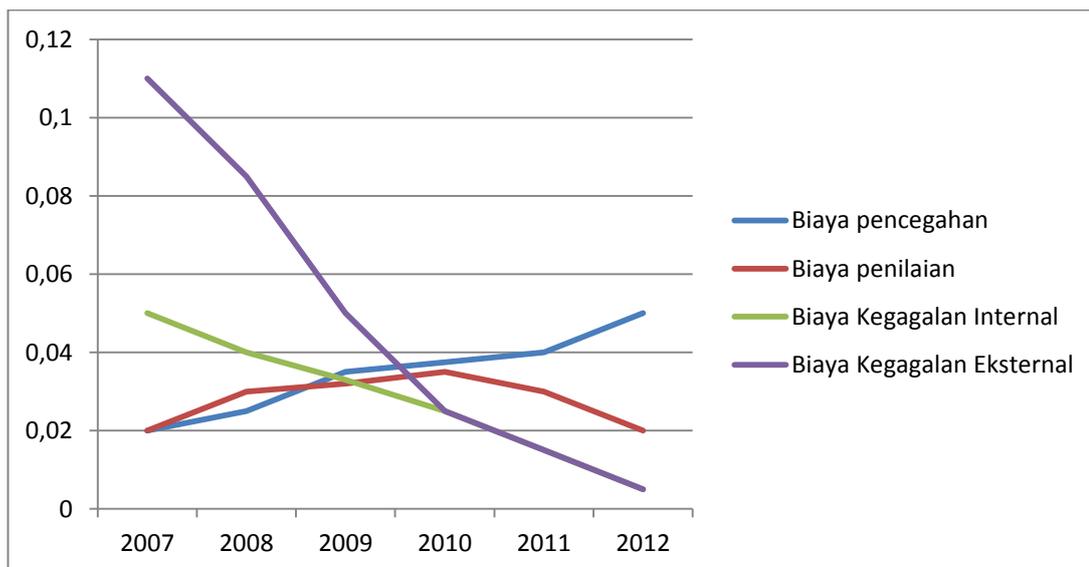


Sumber: Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014:296).

Berdasarkan grafik diatas dapat disimpulkan bahwa program perbaikan kualitas telah berhasil menurunkan proporsi biaya kualitas terhadap total penjualan. Namun, penggambaran *trend* secara total biaya kualitas tidak dapat

digunakan untuk mengetahui secara detail komponen manakah yang menyebabkan penurunan biaya kualitas.

Gambar 2.2
Grafik Biaya Kualitas Per Komponen



Sumber: Sumber: Baldric Siregar, Bambang Suripto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014:297).

Tabel 2.2
Data Per Komponen Biaya Kualitas

Tahun	Pencegahan	Penilaian	Kegagalan Internal	Kegagalan Eksternal
2007	2%	2%	5%	11%
2008	2,5%	3%	4%	8,5%
2009	3,5%	3,2%	3,3%	5%
2010	3,75%	3,25%	2,5%	2,5%
2011	4%	3%	1,5%	1,5%
2012	5%	2%	0,5%	0,5%

Sumber: Sumber: Baldric Siregar, Bambang Suripto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014:297).

Pada gambar 2.2 terlihat kenaikan biaya pencegahan akan mengakibatkan komponen biaya kegagalan mengalami penurunan, tetapi kenaikan tersebut tidak berdampak pada biaya penilaian.

2.1.1.11 Pelaporan Biaya Kualitas

Informasi menjadi dasar penting dalam proses pembuatan keputusan. Pelaporan biaya kualitas dapat menjadi informasi terpenting dalam pembuatan keputusan perbaikan kualitas dan penurunan biaya kualitas. Laporan biaya mutu akan bermanfaat hanya jika si penerima memahami, menerima, dan dapat menggunakan isi dari laporan tersebut.

Menurut Blocher, Chen, Cokins dan Lin (2007: 410) yang dialih bahasakan oleh Krista mengungkapkan beberapa pertimbangan yang diperlukan dalam menyusun laporan biaya mutu sebagai berikut:

“Beberapa pertimbangan yang diperlukan dalam menyusun laporan biaya mutu adalah startifikasi/pembagian dalam pelaporan biaya mutu berdasarkan lini produk, departemen, pabrik, atau divisi dan periode laporan yang tepat, sehingga perusahaan dapat menentukan asal dari biaya mutu dengan jelas dan mudah. perusahaan seringkali menyajikan biaya mutu berdasarkan:

1. rasio dari total biaya mutu terhadap penjualan dan harga pokok penjualan.
2. biaya kegagalan eksternal terhadap penjualan.
3. biaya kegagalan internal terhadap penjualan.
4. biaya kegagalan total terhadap penjualan.
5. biaya pencegahan terhadap penjualan.
6. biaya penilaian terhadap penjualan.
7. dan biaya fakultatif (biaya pencegahan dan biaya penilaian terhadap penjualan)”.

Menurut Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014:292) langkah dalam membuat pelaporan biaya kualitas sebagai berikut:

“Langkah pertama dalam membuat pelaporan biaya kualitas adalah menentukan biaya kualitas sesungguhnya untuk setiap komponen kualitas. Langkah berikutnya adalah mengelompokkan komponen-komponen biaya kualitas tersebut dalam kelompok-kelompok biaya kualitas”.

Pengelompokkan/pembagian diatas bermanfaat agar manajer dapat mengetahui distribusi penyebaran biaya kualitas yang terjadi. Untuk memudahkan penilaian besar biaya mutu dan dampaknya, perusahaan sering menyajikan biaya mutu dalam persentase dari total penjualan bersih. Suatu pelaporan biaya kualitas akan penting apabila suatu organisasi secara sungguh-sungguh mengendalikan biaya kualitasnya. Suatu daftar rinci biaya kualitas akan memberikan dua manfaat penting, seperti yang dikemukakan oleh Hansen dan Mowen yang dialihbahasakan oleh Deny Arnos Kwary (2012: 12) yaitu:

- “ 1. Laporan tersebut akan memberikan informasi mengenai besarnya biaya kualitas dalam setiap kategori, sehingga memungkinkan manajer menilai pengaruh biaya kualitas terhadap keadaan keuangan perusahaan.
2. Laporan tersebut akan menunjukkan distribusi biaya kualitas berdasarkan kategori, sehingga memungkinkan manajer menilai biaya relative dari setiap kategori”.

Menurut Hansen, Mowen dan Liming guan (2009: 500) pelaporan biaya kualitas :

“A quality cost reporting system is essential if an organization is serious about improving and controlling quality costs. The financial significance of quality costs can be assessed more easily by expressing these costs as a percentage of sales”.

Menurut Lanen , Anderson dan Maher (2014: 390) pelaporan biaya kualitas:

“Cost of quality are often expressed as a percentage of sales”.

Dengan adanya laporan biaya kualitas dapat dipergunakan untuk memeriksa saling ketergantungan antara keempat komponen biaya kualitas. Selain itu, laporan biaya kualitas dapat memberikan masukan kepada pihak

manajer dengan cara membandingkan trennya dari waktu ke waktu. Berikut Contoh Laporan Biaya Kualitas.

Tabel 2.3
Goates Company
Quality Cost Report
For the Years Ended June 30, 2010

	Quality Cost	Percentage of Sale
Prevention costs:		
Quality training	\$ 10,000	
Reliability engineering	65,000 \$75,000	1.50%
Appraisal costs:		
Materials inspection	\$ 5,000	
Product acceptance	20,000	
Process acceptance	75,000 100,000	2.00%
Internal failure costs:		
Scrap	\$150,000	
Rework	100,000 250,000	5.00%
External failure costs:		
Customer complaints	\$150,000	
Warranty	250,000	
Returns and allowances	175,000 575,000	11.50%
Total quality costs	\$1,000,000	20.00%

*Actual sales of \$5,000,000.

**\$1,000,000/\$5,000,000 = 20 percent.

Sumber: Hansen, Mowen dan Liming guan (2009: 501)

2.1.2 Rasio Keuangan

Menurut Menurut Michael C. Ehrhardt dan Eugene F. (2011: 98)

mendefinisikan rasio keuangan sebagai berikut:

“Financial ratios are designed to extract important information that might not be obvious simply from examining a firm’s financial statements. Kind of financial ratio Liquidity Ratios, Asset Management Ratios, Debt Management Ratios, Profitability Ratios, Market Value Ratios”.

Menurut Hery (2016: 138) pengertian rasio keuangan adalah suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan.

Menurut Sulaeman Rachman (2016: 161) rasio keuangan didisain untuk memperlihatkan hubungan antara item-item pada laporan keuangan (neraca dan laporan laba rugi).

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2015: 297) rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan dari satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan (berarti).

Dari beberapa pengertian rasio keuangan diatas dapat disimpulkan bahwa rasio keuangan adalah dirancang untuk menerjemahkan informasi dalam laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi perusahaan.

2.1.2.1 Analisis Rasio Keuangan

Menurut Hery (2016: 139) analisis rasio merupakan bagian dari rasio keuangan. Analisis rasio adalah analisis yang dilakukan dengan menghubungkan berbagai perkiraan yang ada pada laporan keuangan dalam bentuk laporan keuangan. Analisis laporan keuangan ini dapat mengungkapkan hubungan yang penting antar perkiraan laporan keuangan dan dapat digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja keuangan.

Analisis rasio keuangan pada umumnya digunakan oleh tiga kelompok utama pemakai laporan keuangan yaitu manajer perusahaan, analis kredit dan analis saham. Kegunaan analisis rasio keuangan bagi ketiga kelompok utama tersebut adalah sebagai berikut :

1. Manajer perusahaan, menerapkan rasio untuk membantu menganalisis mengemdalikan, dan meningkatkan kinerja operasi serta keuangan perusahaan.
2. Analisis kredit termasuk petugas pinjaman bank dan analis peringkat obligasi, yang menganalisis rasio-rasio untuk mengidentifikasi kemampuan debitor dalam membayar utang-utangnya.
3. Analis saham, yang tertarik pada efisiensi, risiko, dan prospek pertumbuhan perusahaan.

Analisis rasio keuangan merupakan analisis yang paling sering dilakukan untuk menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan dibandingkan dengan analisis keuangan lainnya.

Analisis rasio keuangan memiliki beberapa keunggulan sebagai alat analisis. Menurut Hery (2016: 140) keunggulan analisis rasio keuangan yaitu:

1. Rasio merupakan angka-angka atau ikhtisar statistik yang lebih mudah dibaca dan di tafsirkan.
2. Rasio merupakan pengganti yang cukup sederhana dari informasi yang disajikan dalam laporan keuangan yang pada dasarnya sangat rinci dan rumit.
3. Rasio dapat mengidentifikasi posisi perusahaan dalam industri.
4. Rasio sangat bermanfaat dalam pengambilan keputusan.
5. Dengan rasio, lebih mudah untuk membandingkan suatu perusahaan terhadap perusahaan lain atau melihat perkembangan perusahaan secara periodik (*time series*).
6. Dengan rasio, lebih mudah untuk melihat tren perusahaan serta melakukan prediksi dimasa yang akan datang.

Sebagai alat analisis keuangan, analisis rasio juga memiliki keterbatasan atau kelemahan. Menurut Hery (2016: 140) Beberapa kelemahan dari analisis rasio keuangan:

1. Kesulitan dalam mengidentifikasi kategori industri dari perusahaan yang dianalisis, khususnya apabila perusahaan tersebut bergerak di beberapa bidang usaha.
2. Perbedaan dalam metode akuntansi akan menghasilkan perhitungan rasio yang berbeda pula. Misalnya perbedaan dalam metode

penyusutan aset tetap atau metode penilaian persediaan.

3. Rasio keuangan disusun dari data akuntansi, dimana data tersebut dipengaruhi oleh dasar pencatatan (*cash basis dan accrual basis*) prosedur pelaporan atau perlakuan akuntansi, serta cara penafsiran dan pertimbangan (*judgment*) yang mungkin saja berbeda.
4. Data yang digunakan untuk analisis bisa saja merupakan hasil dari manipulasi akuntansi, dimana penyusunan laporan keuangan telah bersikap tidak jujur dan tidak netral dalam menyajikan angka-angka laporan keuangan sehingga hasil perhitungan rasio keuangan tidak menunjukkan kondisi perusahaan yang sesungguhnya.
5. Penggunaan tahun fiskal yang berbeda juga dapat menghasilkan perbedaan analisis.
6. Pengaruh penjualan musiman dapat mengakibatkan analisis komparatif juga akan ikut terpengaruh.
7. Kesesuaian antara besarnya hasil analisis rasio keuangan dengan standar industri tidak menjamin bahwa perusahaan telah menjalankan (mengelola) aktivitasnya secara normal dan baik.

Keterbatasan dalam analisis rasio keuangan adalah sulitnya membandingkan hasil perhitungan rasio suatu perusahaan dengan rata-rata industri. Kritik terbesar atas analisis rasio adalah sulitnya mencapai komparabilitas yang tinggi diantara perusahaan-perusahaan dalam industri tertentu.

Untuk mencapai komparabilitas pada perusahaan-perusahaan mengharuskan analisis untuk mengidentifikasi perbedaan mendasar yang terdapat dalam prinsip dan prosedur akuntansi yang di gunakan serta menyesuaikan saldo untuk mencapai komparabilitas tersebut. Untuk memperkecil risiko dalam melakukan analisis rasio keuangan maka diperlukan prinsip kehati-hatian. Dengan prinsip kehati-hatian ini diharapkan bisa membantu mengurangi kelwmanan yang ada pada analisis rasio keuangan.

2.1.2.2 Jenis-jenis Rasio Keuangan

Menurut Hery (2016: 142) secara garis besar, saat ini dalam praktik setidaknya ada lima jenis rasio keuangan yang sering digunakan untuk menilai kondisi dan kinerja perusahaan hal ini sesuai dengan pendapat David Wijaya (2016: 18). Kelima jenis rasio tersebut adalah :

- “
1. Rasio likuiditas.
 2. Rasio Solvabilitas atau rasio struktur modal atau rasio leverage.
 3. Rasio aktivitas.
 4. Rasio profitabilitas.
 5. Rasio penilaian atau rasio ukuran pasar”.

Menurut Sulaeman Rachman (2016: 161) ada 5 jenis rasio keuangan:

- “
1. *Leverage ratio/debt ratios.*
 2. *Liquidity ratios.*
 3. *Efficiency atau turnover atau asset management ratios.*
 4. *Profitability ratios.*
 5. *Market value ratios”.*

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2015: 300) jenis rasio yang sering digunakan dalam bisnis:

- “ 1. Rasio likuiditas
2. Rasio aktivitas
3. Rasio profitabilitas/rasio rentabilitas
4. Rasio solvabilitas
5. Rasio pertumbuhan
6. Rasio leverage
7. Rasio market base
8. Rasio produktivitas”.

2.1.2.2.1 Rasio Likuiditas

Menurut Hery (2016: 149) Merupakan rasio yang menggambarkan Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo. Rasio likuiditas diperlukan untuk kepentingan Analisis kredit atau risiko keuangan. Dengan kata lain rasio likuiditas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh tingkat perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya.

Menurut Sulaeman Rachman (2016: 162) *liquidity ratio* yaitu, mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jatuh tempo.

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2015: 301) rasio likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya.

Menurut David Wijaya (2016: 18) rasio likuiditas yaitu, rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk melunasi liabilitas jangka pendeknya.

Rasio likuiditas memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Rasio likuiditas tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, tetapi juga bermanfaat bagi pihak luar.

Berikut tujuan dan manfaat rasio likuiditas menurut Hery (2016: 150) adalah:

- “
1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban atau utang yang akan segera jatuh tempo.
 2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek menggunakan aset lancar.
 3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek menggunakan set sangat lancar (tanpa memperhitungkan persediaan barang dagang dan aset lancar lainnya).
 4. Untuk mengukur tingkat ketersediaan uang kas perusahaan dalam membayar utang jangka pendek.
 5. Sebagai alat perencanaan keuangan dimasa yang akan datang terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang jangka pendek”.

Jenis-jenis rasio likuiditas menurut Hery (2016: 142) yaitu:

1. Rasio lancar (*current ratio*), merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio lancar :

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aset lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

2. Rasio sangat lancar atau rasio cepat (*Quick Ratio atau Acid Test Ratio*), merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh

tempo dengan menggunakan aset sangat lancar (kas + sekuritas jangka pendek + Piutang), tanpa memperhitungkan persediaan barang dagang dan aset lancar lainnya (seperti perlengkapan dan biaya dibayar dimuka). Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio sangat lancar atau rasio cepat:

$$\text{Rasio sangat lancar} = \frac{\text{kas} + \text{sekuritas jangka pendek} + \text{piutang}}{\text{Kewajiban lancar}}$$

3. Rasio kas (*Cash Ratio*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukurseberapa besar utang kas atau setara kas yang tersedia untuk membayar utang jangka pendek. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio kas:

$$\text{Rasio Kas} = \frac{\text{kas dan setara kas}}{\text{kewajiban lancar}}$$

2.1.2.2.2 Rasio Solvabilitas

Menurut Hery (2016: 142) rasio solvabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya. Sama halnya dengan rasio likuiditas, rasio solvabilitas juga diperlukan untuk kepentingan analisis kredit atau analisis resiko keuangan.

Menurut Sulaeman Rachman (2016: 161) rasio solvabilitas yaitu, memperlihatkan berapa utang yang digunakan perusahaan.

Menurut David Wijaya (2016: 18) rasio solvabilitas yaitu, rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola liabilitasnya.

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2015: 303) rasio solvabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya atas kewajiban-kewajibannya apabila perusahaan dilikuidasi.

Jenis-jenis rasio solvabilitas menurut Hery (2016: 142) yaitu:

1. Rasio Utang (*Debt Ratio*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aset. Rasio ini juga sering dinamakan sebagai rasio utang terhadap aset (*Debt to Asset Ratio*). Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio utang terhadap aset :

$$\text{Rasio Utang} = \frac{\text{total utang}}{\text{total aset}}$$

2. Rasio Utang terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total ekuitas. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio utang terhadap ekuitas:

$$\text{Rasio utang terhadap modal} = \frac{\text{total utang}}{\text{total modal}}$$

3. Rasio Utang jangka Panjang terhadap Ekuitas (*Long term Debt to Equity Ratio*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara utang jangka panjang dengan total ekuitas. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio utang jangka panjang terhadap ekuitas:

$$\text{Rasio utang jangka panjang terhadap modal} = \frac{\text{utang jagnka panjang}}{\text{total modal}}$$

4. Rasio Kelipatan bunga yang Dihasilkan (*Times interest Earned Ratio*), merupakan ratio yang menunjukkan (sejauh mana atau berapa kali) kemampuan perusahaan dalam membayar bunga. Kemampuan perusahaan ini diukur dari jumlah laba sebelum bunga dan pajak. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio kelipatan bunga yang dihasilkan:

$$\text{Rasio kelipatan bunga yang dihasilkan} = \frac{\text{laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{beban bunga}}$$

5. Rasio Laba Operasional terhadap Kewajiban (*Operating Income to Liabilities Ratio*), merupakan rasio yang menunjukkan (sejauh mana atau berapa kali) kemampuan perusahaan dalam melunasi seluruh kewajiban. Kemampuan perusahaan ini diukur dari jumlah laba operasional. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio laba operasional terhadap kewajiban:

$$\text{Rasio laba operasional terhadap kewajiban} = \frac{\text{laba operasional}}{\text{kewajiban}}$$

2.1.2.2.3 Rasio Aktivitas

Menurut Hery (2016: 143) rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi atas pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan atau untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Rasio ini dikenal juga sebagai rasio pemanfaatan aset, yaitu rasio yang digunakan untuk menilai efektivitas dan intensitas aset perusahaan dalam menghasilkan penjualan.

Menurut David Wijaya (2016: 18) rasio aktivitas yaitu, rasio yang

mengukur efektivitas perusahaan dalam mengelola aset agar menghasilkan penjualan.

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2015: 308) rasio ini menggambarkan aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan operasinya baik dalam kegiatan penjualan, pembelian dan kegiatan lainnya.

Jenis-jenis rasio aktivitas menurut Hery (2016: 143) yaitu:

1. Perputaran Piutang Usaha (*Accounts Receivable Turn Over*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang usaha atau berapa kali dana yang tertanam dalam piutang usaha akan berputar dalam satu periode. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio perputaran piutang dan lamanya rata-rata penagihan piutang usaha :

$$\text{Rasio perputaran piutang} = \frac{\text{Penjualan kredit}}{\text{rata - rata piutang usaha}}$$

$$\text{lamanya rata - rata penagihan piutang usaha} = \frac{365 \text{ hari}}{\text{rasio perputaran piutang usaha}}$$

2. Perputaran persediaan (*Inventory Turn Over*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam persediaan akan berputar dalam satu periode. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio perputaran persediaan dan lamanya rata-rata persediaan barang dagang tersimpan di gudang hingga akhirnya terjual :

$$\text{Rasio perputaran persediaan} = \frac{\text{penjualan}}{\text{rata-rata persediaan}}$$

atau

$$\text{Rasio perputaran persediaan} = \frac{\text{harga pokok penjualan}}{\text{rata-rata persediaan}}$$

$$\text{lamanya rata - rata persediaan} = \frac{365 \text{ hari}}{\text{rasio perputaran persediaan}}$$

3. Perputaran modal kerja (*working Capital Turn Over*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keefektifan modal kerja (aset lancar) yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan penjualan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio perputaran modal kerja:

$$\text{Rasio perputaran modal kerja} = \frac{\text{penjualan}}{\text{rata - rata lancar}}$$

4. Perputaran Aset Tetap (*Fixed Assets Turn Over*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keefektifan aset tetap yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan penjualan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio perputaran aset tetap :

$$\text{Rasio perputaran aset tetap} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{rata - rata aset tetap}}$$

5. Perputaran Total Aset (*Total Assets Turn Over*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa jumlah penjualan yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio

perputaran total aset:

$$\text{Rasio perputaran total aset} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{rata-rata total aset}}$$

2.1.2.2.4 Rasio Profitabilitas

Menurut Hery (2016: 143) rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio ini dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu rasio tingkat pengembalian atas investasi dan rasio kinerja operasi.

Menurut Sulaeman Rachman (2016: 162) rasio profitabilitas yaitu, mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

Menurut David Wijaya (2016:18) rasio profitabilitas yaitu, rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba).

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2015: 304) rasio rentabilitas atau disebut juga profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.

Rasio tingkat pengembalian atas investasi adalah rasio yang digunakan untuk menilai kompensasi finansial atas penggunaan aset atau ekuitas terhadap laba bersih (laba setelah bunga dan pajak). Menurut Hery (2016: 143) rasio ini terdiri atas:

1. Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*).

Merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan

aset perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset:

$$\text{Hasil pengembalian atas aset} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}}$$

2. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*).

Merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*Return*) atas penggunaan ekuitas perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas:

$$\text{Hasil pengembalian atas ekuitas} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total ekuitas}}$$

Rasio Kinerja Operasi adalah rasio yang digunakan untuk mengevaluasi margin laba dari aktivitas operasi (penjualan). Menurut Hery (2016:143) rasio ini terdiri atas:

1. *Marjin Laba Kotor (Gross Profit Margin)*, merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba kotor:

$$\text{Marjin laba kotor} = \frac{\text{laba kotor}}{\text{penjualan bersih}} \times 100\%$$

2. Marjin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba operasional atas penjualan bersih. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba operasional:

$$\text{Marjin Laba Operasional} = \frac{\text{laba operasional}}{\text{penjualan bersih}} \times 100\%$$

3. Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba bersih:

$$\text{Marjin Laba Bersih} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan bersih}} \times 100\%$$

2.1.2.2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.4

Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Lokasi
1.	Wahyu Kurniawan (2014)	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan	Hasil penelitian yang dilakukan menyebutkan bahwa biaya pencegahan, biaya penilaian, dan biaya kegagalan internal tidak berpengaruh signifikan terhadap EBIT. Biaya	Cv Putra Jaya

			kegagalan eksternal memiliki pengaruh terhadap EBIT.	
2.	Yulian Heryanti (2011)	Pengaruh Biaya Kualitas Dan Biaya Produksi Terhadap Profitabilitas	Biaya kualitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada PT.PINDAD (Persero) Divisi Tempa dan Cor. Ketika biaya kualitas meningkat, maka akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Biaya produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada PT.PINDAD (Persero) Divisi Tempa dan Cor.	PT. Pindad (Persero) Divisi Tempa Dan Cor.
3.	Erwin Rilla Gantino (2010)	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan	Dari hasil uji t biaya pencegahan, penilaian, kegagalan internal dan eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan.	PT Guardian Pharmatama
4.	Arnie Ristyana Putri (2015)	Pengaruh Biaya Pencegahan Dan Biaya Penilaian Terhadap Profitabilitas Dengan Biaya Kegagalan Internal Sebagai Intervening Variable	Biaya Pencegahan Dan Biaya Penilaian berpengaruh terhadap biaya kegagalan internal, biaya Kegagalan Internal tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.	PT. Kertas Padalarang

5.	M. Ihsan Sodiq (2009)	Pengaruh biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal terhadap profitabilitas (EBIT)	Biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.	BEI
----	-----------------------	--	--	-----

Tabel 2.5

Persamaan dan Perbedaan dengan Peneliti Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	persamaan	Perbedaan
1.	Wahyu Kurniawan (2014)	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan	Sama-sama meneliti tentang biaya kualitas dan profitabilitas.	a) Dimensi Penelitian b) Waktu penelitian c) Tempat penelitian d) Variabel yan diteliti.

2.	Yulian Heryanti (2011)	Pengaruh Biaya Kualitas Dan Biaya Produksi Terhadap Profitabilitas	Sama-sama meneliti tentang biaya kualitas dan profitabilitas.	a) Dimensi Penelitian b) Waktu penelitian c) Tempat penelitian d) Variabel yang diteliti.
3.	Rilla Gantino Erwin (2010)	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan	Sama-sama meneliti tentang biaya kualitas.	a) Dimensi Penelitian b) Waktu penelitian c) Tempat penelitian d) Variabel yang diteliti.
4.	Arnie Ristyana Putri (2015)	Pengaruh Biaya Pencegahan Dan Biaya Penilaian Terhadap Profitabilitas Dengan Biaya Kegagalan Internal Sebagai Intervening Variable	Sama-sama meneliti tentang biaya pencegahan, biaya kegagalan internal dan profitabilitas	a) Dimensi Penelitian b) Waktu penelitian c) Tempat penelitian d) Variabel yang diteliti e) Teknik sampling
5.	M. Ihsan Sodik (2009)	Pengaruh biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal terhadap profitabilitas (EBIT)	Sama-sama meneliti tentang biaya pencegahan, biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksterbal dan profitabilitas	a. waktu penelitian b. dimensi penelitian c. Tempat penelitian

2.2 Kerangka Pemikiran

Dengan memasuki era pasar bebas, seluruh perusahaan semakin dituntut untuk dapat memuaskan konsumen dalam rangka tetap mempertahankan eksistensi perusahaannya di pasar. Sebagai konsekuensi logis untuk dapat mempertahankan kualitas dan tetap mengikuti perkembangan selera pasar, perusahaan dituntut untuk memperhatikan efektivitas dan efisiensi dalam menjalankan usahanya. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pengendalian terhadap kualitas.

Menurut Baldric Siregar, Bambang Suropto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto (2014: 288) biaya kualitas dapat dibedakan menjadi:

- “
1. Biaya pencegahan (*Prevention Costs*)
 2. Biaya penilaian (*Appraisal Costs*)
 3. Biaya kegagalan internal (*Internal Failure Costs*)
 4. Biaya kegagalan eksternal (*External Failure Cost*)”.

Menurut Carter K. William yang diterjemahkan oleh Krista (2009: 169) biaya pencegahan yaitu, biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya kegagalan produk.

Selain itu, Vincent Gaspersz (2001: 354) juga mengemukakan beberapa perusahaan kelas dunia menggunakan ukuran biaya kualitas sebagai indikator keberhasilan program reduksi biaya terus-menerus melalui peningkatan kualitas, yang dapat dihubungkan dengan ukuran-ukuran lain seperti:

1. Biaya kualitas dibandingkan terhadap nilai penjualan

(persentase biaya kualitas total terhadap nilai penjualan)

2. Biaya kualitas dibandingkan terhadap keuntungan
(persentase biaya kualitas total terhadap nilai keuntungan)
3. Biaya kualitas dibandingkan terhadap karga pokok penjualan.

Berdasarkan uraian tersebut, biaya pencegahan dapat menjadikan upaya pencegahan terjadinya produk cacat, sehingga dapat mereduksi biaya produksi untuk mempertahankan penjualan.

Menurut Agus Sartono (2008: 122) pengertian profitabilitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Adapun pendapat Munawir (2002: 184) untuk mencapai target laba optimal, manajemen perusahaan dapat mengambil langkah- langkah antara lain:

- “1. Menekan biaya produksi atau biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin”.

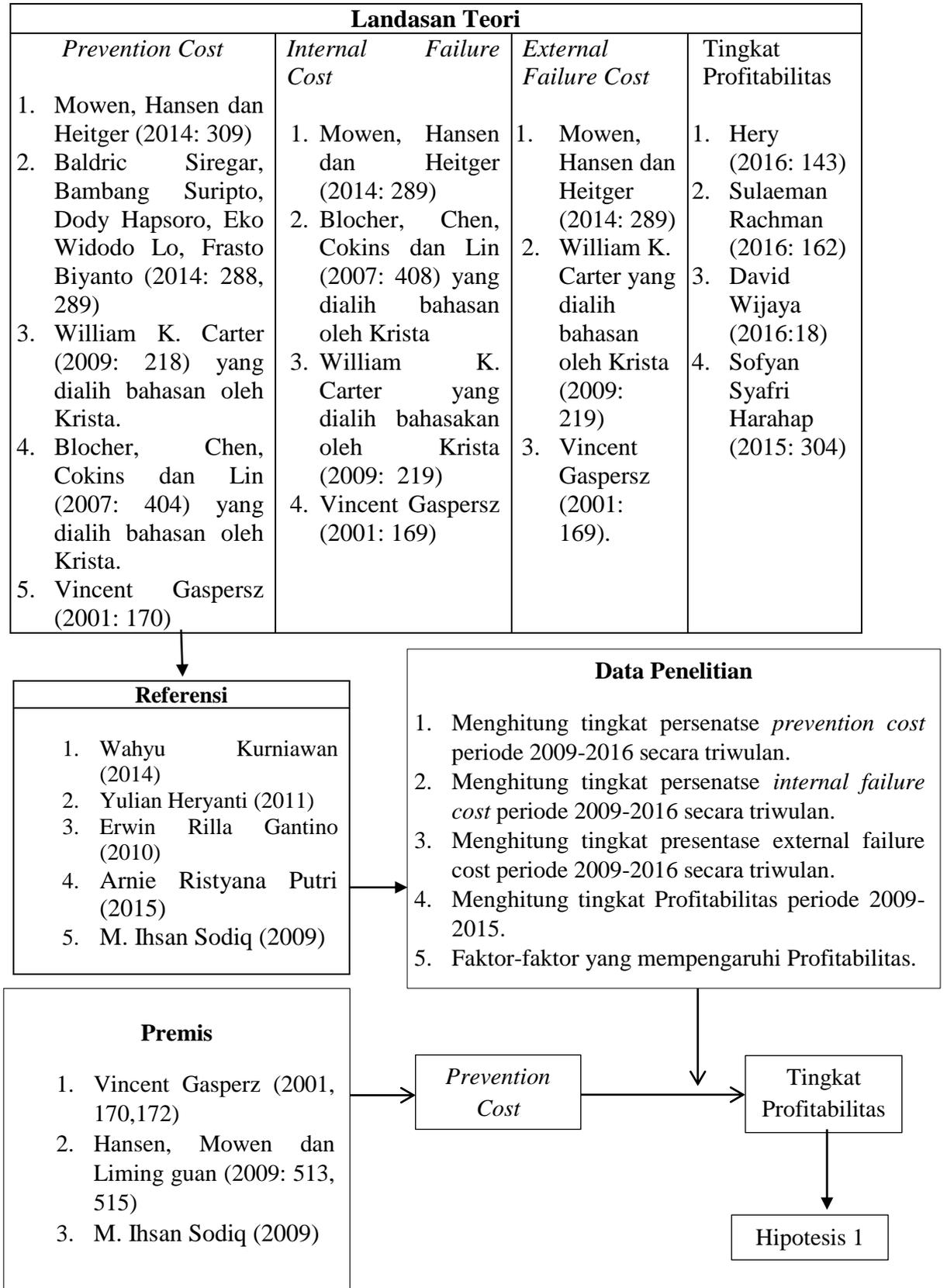
Produk dan jasa yang bermutu secara strategis penting bagi perusahaan. Mutu atau kualitas dari produk suatu perusahaan, harga yang ditetapkan oleh perusahaan dan pemasokan barang yang membuat produk tersebut tersedia bagi konsumen dan merupakan faktor- faktor yang mempengaruhi permintaan. Kualitas terutama mempengaruhi

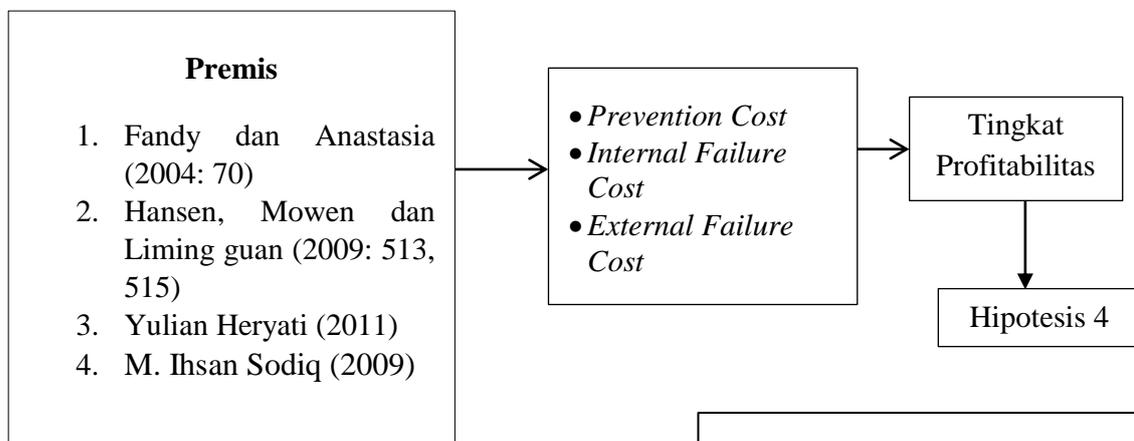
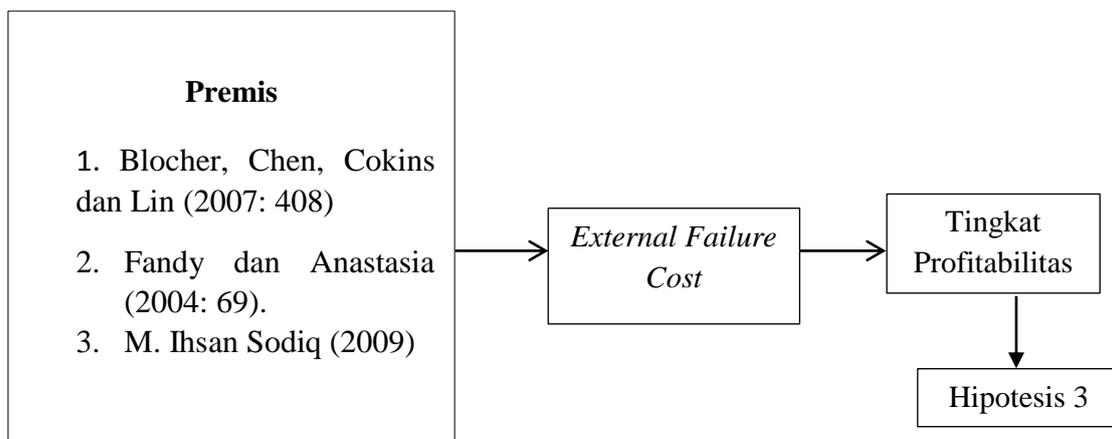
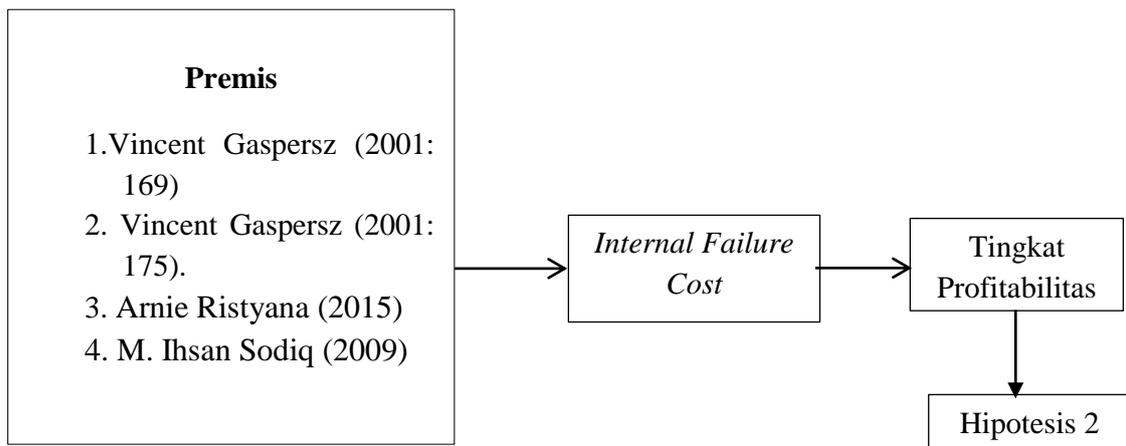
perusahaan dalam biaya dan pangsa pasar. Kualitas yang ditingkatkan dapat mengarah kepada pangsa pasar dan penghematan biaya, keduanya juga dapat mempengaruhi profitabilitas. Perbaikan kualitas melalui upaya peningkatan pangsa pasar dapat dilakukan dengan cara perbaikan reputasi, peningkatan volume, maupun peningkatan harga. Sementara perbaikan kualitas produk melalui upaya penekanan biaya dapat dilakukan dengan cara peningkatan produksi, penurunan biaya pengerjaan ulang dan sisa material dan penurunan biaya garansi.

Adapun menurut Vincent Gaspersz (2001: 3) karena setiap konsumen pada umumnya akan memaksimalkan utilitas dalam mengkonsumsi produk, jelas bahwa produk- produk berkualitas tinggi pada tingkat harga yang kompetitif (karena ongkos produksi per unit yang rendah) akan dipilih oleh konsumen. Hal ini akan meningkatkan penjualan dari produk- produk itu yang berarti pula meningkatkan pangsa pasar (*market share*) sehingga pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan.

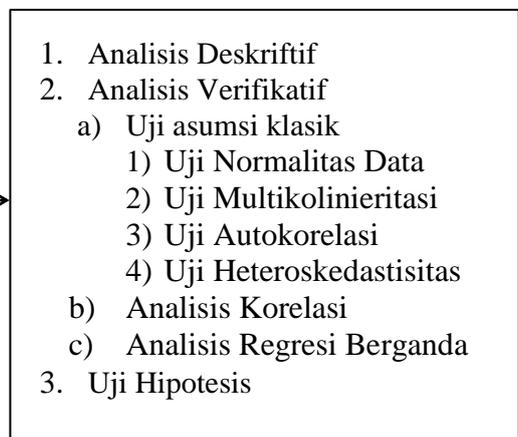
Dari faktor- faktor yang mempengaruhi profitabilitas berdasarkan topik terdahulu, penelitian ini termasuk dalam penelitian Dede Prana Setiandri (2016), Yulian Heryanti (2011) yaitu biaya kualitas yang dapat mempengaruhi profitabilitas. Berdasarkan uraian diatas, penulis menuangkan kerangka pemikiran dalam bentuk skema, kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran





→ Analisis Data →



2.2.1 Pengaruh *Prevention Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas

Menurut Vincent Gasperz (2001: 172,175) banyaknya pengurangan dalam biaya total kualitas sehingga meningkatkan keuntungan tergantung pada *trade off* manfaat yang terjadi dalam pengeluaran yang lebih banyak pada aktivitas pencegahan dan penilaian. Apabila suatu perusahaan dengan komitmen yang tinggi dari manajemen secara simultan berhasil mengurangi pemborosan (*waste*) terus menerus sehingga biaya kualitas total semakin menurun, dan juga berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan terus menerus, maka dalam perjalanan waktu perusahaan itu akan menghasilkan keuntungan yang semakin tinggi, karena penerimaan total (*total Revenue*) akan semakin meningkat sedangkan biaya total (*total cost*) akan semakin menurun.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan M. Ihsan Sodiq (2009), biaya pencegahan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, ketika biaya pencegahan naik maka profitabilitas akan menurun.

Menurut Hansen, Mowen dan Liming guan (2009: 513, 515):

“Improving quality can produce significant improvements in profitability. a report that details the environmental costs by category. Reporting environmental costs by category reveals two important outcomes: (1) the impact of environmental costs on firm profitability and (2) the relative amounts expended in each category Quality cost information is needed to help managers control quality performance and to serve as input for decision making. It can be used to evaluate the overall performance of quality improvement programs. It can also be used to help improve a variety of managerial decisions, for example, strategic pricing and cost-volume-profit analysis”.

Dari uraian di atas menjelaskan bahwa dengan meningkatkan biaya

pengecehan untuk mempertahankan kualitas produk sehingga meminimalkan pemborosan dan pelanggan merasa puas dengan barang yang kita hasilkan yang mengakibatkan meningkatnya profitabilitas. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis membuat hipotesis pertama yaitu:

Hipotesis 1 : Terdapat Pengaruh *Prevention Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas

2.2.2 Pengaruh *Internal Failure Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas

Pada Penelitian terdahulu yang dilakukan di PT Kertas Padalarang, Biaya Kegagalan Internal tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas, karena biaya kegagalan internal yang dikeluarkan perusahaan memiliki perbandingan yang kecil dibandingkan dengan keseluruhan total biaya yang dikeluarkan perusahaan (Arny Ridyana, 2015).

Menurut Vincent Gaspersz (2001: 169) biaya kegagalan internal adalah: biaya- biaya yang berhubungan dengan kesalahan dan nonkonformansi (*errors and nonconformance*) yang ditemukan sebelum menyerahkan produk itu ke pelanggan. Biaya-biaya ini tidak akan muncul apabila tidak ditemukan kesalahan atau nonkonformansi dalam produk sebelum pengiriman. Biaya kegagalan terjadi pada saat produk tidak dapat memenuhi spesifikasi rancangannya. Biaya kegagalan dapat terjadi baik internal maupun eksternal.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan M. Ihsan Sodik (2009),

biaya kegagalan internal berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, ketika biaya pencegahan naik maka profitabilitas akan menurun.

Menurut Vincent Gaspersz (2001: 175) Apabila suatu perusahaan dengan komitmen yang tinggi dari manajemen secara simultan berhasil mengurangi pemborosan (*waste*) terus menerus sehingga biaya kualitas total semakin menurun, dan juga berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan terus menerus, maka dalam perjalanan waktu perusahaan itu akan menghasilkan keuntungan yang semakin tinggi, karena penerimaan total (*total Revenue*) akan semakin meningkat sedangkan biaya total (*total cost*) akan semakin menurun.

Dalam uraian di atas, *waste* (pemborosan) termasuk ke dalam salah satu contoh dari biaya kegagalan internal. biaya nonkonformansi termasuk ke dalam biaya kegagalan, yang didalamnya terdapat biaya kegagalan internal sehingga untuk menurunkan biaya kualitas total harus mengurangi biaya kegagalan sehingga mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis membuat hipotesis kedua yaitu:

Hipotesis 2: Terdapat Pengaruh *Internal Failure Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas.

2.2.3 Pengaruh *External Failure Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan M. Ihsan Sodiq (2009), biaya pencegahan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, ketika biaya pencegahan naik maka profitabilitas akan menurun.

Menurut Blocher, Chen, Cokins dan Lin (2007: 408) salah satu tujuan dari pengukuran dan pelaporan biaya mutu adalah meniadakan biaya kegagalan eksternal. Adanya pengurangan biaya ini pada gilirannya akan memberikan keunggulan kompetitif berupa peningkatan profitabilitas dan pertumbuhan. Kedua faktor ini dapat memberikan sarana dan dana bagi investasi lebih lanjut dalam hal perbaikan kualitas.

Perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasar melalui *customer driven*. Hal ini akan memberikan keunggulan harga dan *customer value*. *Customer value* merupakan kombinasi dari manfaat dan pengorbanan yang terjadi apabila pelanggan menggunakan suatu produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan tertentu. Bila barang yang dihasilkan superior, hal itu akan mengurangi retur penjualan dan biaya garansi serta pangsa pasar yang dimiliki akan bagus, dengan begitu profitabilitasnya terjamin (Fandy dan Anastasia, 2004: 69). Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis membuat hipotesis ketiga yaitu:

Hipotesis 3: Terdapat Pengaruh *External Failure Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas

2.2.4 Pengaruh *Prevention Cost*, *Internal Failure Cost*, *External Failure Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Wahyu (2014) Hasil penelitian yang dilakukan menyebutkan bahwa biaya pencegahan, biaya penilaian, dan biaya kegagalan internal tidak berpengaruh signifikan terhadap EBIT.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan M. Ihsan Sodiq (2009), biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, ketika biaya pencegahan naik maka profitabilitas akan menurun.

Sedangkan menurut Yulian Heryanti (2011) biaya kualitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada PT.PINDAD (Persero) Divisi Tempa dan Cor. Ketika biaya kualitas meningkat, maka akan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Menurut Fandy dan Anastasia (2004: 70) *Prevention Cost*, *Internal Failure Cost*, *External Failure Cost* dapat memberikan berbagai macam manfaat, loyalitas pelanggan yang lebih besar, pangsa pasar yang lebih besar, harga saham yang lebih tinggi, harga yang lebih tinggi, produktivitas yang lebih besar. Semua manfaat ini pada gilirannya mengarah pada peningkatan daya saing berkelanjutan. Dalam jangka panjang perusahaan akan tetap *survive* dan kemampuan perusahaan menghasilkan laba akan baik.

Menurut Hansen, Mowen dan Liming guan (2009: 513, 515):

“Improving quality can produce significant improvements in profitability. a report that details the environmental costs by category. Reporting environmental costs by category reveals two important outcomes: (1) the impact of environmental costs on firm profitability and (2) the relative amounts expended in each category Quality cost information is needed to help managers control quality performance and to serve as input for decision making. It can be used to evaluate the overall performance of quality improvement programs. It can also be used to help improve a variety of managerial decisions, for example, strategic pricing and cost-volume-profit analysis”.

Berdasarkan uraian di atas, Meningkatkan kualitas dapat

menghasilkan perbaikan yang signifikan dalam profitabilitas. Laporan yang biaya lingkungan lengkap berdasarkan kategori. Pelaporan biaya lingkungan berdasarkan kategori mengungkapkan dua hasil penting: (1) dampak dari biaya lingkungan terhadap profitabilitas perusahaan dan (2) jumlah relatif dikeluarkan dalam setiap kategori informasi biaya kualitas yang dibutuhkan untuk membantu kinerja kualitas manajer kontrol dan untuk melayani sebagai masukan untuk pengambilan pembuatan keputusan. Hal ini dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja keseluruhan program peningkatan kualitas. Hal ini juga dapat digunakan untuk membantu meningkatkan berbagai keputusan manajerial, misalnya, harga dan biaya-volume-profit analisis strategis. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis membuat hipotesis keempat yaitu:

Hipotesis 4: Terdapat Pengaruh *Prevention Cost* , *Internal Failure Cost*, *External Failure Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016: 93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Berdasarkan uraian- uraian dari kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis mengajukan hipotesis:

- H₁ = Terdapat Pengaruh *Prevention Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas.
- H₂ = Terdapat Pengaruh *Internal Failure Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas.
- H₃ = Terdapat Pengaruh *External Failure Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas
- H₄ = Terdapat Pengaruh *Prevention Cost* , *Internal Failure Cost*, dan *External Failure Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas