

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Biaya Kualitas (*Prevention Cost, Appraisal Cost, Internal Failure Cost, External Failure Cost*)

2.1.1.1. Pengertian Biaya

Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi.

Sprouse and Moonitz dalam Carter (2009:2-1), mendefinisikan biaya sebagai berikut :

“an exchange price, a forgoing, a sacrifice made to secure benefit. In financial accounting, the forgoing or sacrifice at date of acquisition is represented by a current or future diminution in cash or other assets”

Menurut Kinney dan Raiborn (2011:25) mengatakan bahwa biaya mencerminkan ukuran moneter dari suatu sumber daya yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan seperti membuat produk atau menyediakan jasa.

Menurut Siregar dkk (2013:23) mengatakan bahwa biaya adalah :

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

Menurut Mulyadi (2015: 8) definisi biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Menurut Salman (2016: 28) pengertian biaya adalah kas atau nilai equivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi.

Berdasarkan definisi biaya diatas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat sekarang maupun akan datang.

2.1.1.2.Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya diperlukan untuk menyampaikan dan menyajikan informasi data biaya agar berguna bagi manajemen dalam mencapai berbagai tujuan, sebelum menghimpun dan mengalokasikan biayanya dengan baik.

Siregar, dkk (2013: 36) mengemukakan klasifikasi biaya adalah sebagai berikut:

“Pada dasarnya biaya dapat diklsifikasikan berdasarkan:

1. Ketelurusan biaya;
2. Perilaku biaya;
3. Fungsi pokok perusahaan;
4. Elemen biaya produksi”.

Klasifikasi biaya yang dikemukakan diatas akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Ketelusuran Biaya

Klasifikasi biaya berdasarkan ketertelusuran. Berdasarkan ketertelusuran biaya ke produk, biaya dapat digolongkan menjadi dua, yaitu:

- a. Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang ditelusur sampai kepada produk secara langsung. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dapat ditelusur sampai kepada produk. Dalam pembuatan meja dapat ditelusur ke setiap meja yang diproduksi. Biaya tenaga kerja langsung adalah gaji atau upah karyawan produksi yang terlibat langsung dalam mengerjakan produk. Karyawan dan jam kerjanya dapat diidentifikasi hingga ke setiap produk yang dihasilkan.
- b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang tidak dapat secara langsung ditelusur ke produk. Gaji mandor produksi adalah contoh biaya tidak langsung. Seorang mandor tidak langsung terlibat dalam pengerjaan suatu produk tertentu. Seorang mandor dapat mengawasi pengerjaan beberapa produk sekaligus. Oleh karena itu, gaji mandor produksi tidak dapat dikategorikan sebagai biaya langsung melainkan biaya tidak langsung.

2. Perilaku biaya

Klasifikasi biaya berdasarkan Perilaku. 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:

- a. Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Apabila tingkat produksi bertambah, jumlah biaya variabel bertambah. Apabila tingkat produksi menurun, jumlah variabel menurun. Namun, biaya variabel per unit tidak berubah walaupun jumlah biaya berubah sesuai dengan perubahan aktivitas.
 - b. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran waktu tertentu. Walaupun tingkat aktivitas meningkat atau menurun, jumlah biaya tetap tidak berubah. Meskipun demikian, biaya tetap per unit akan berubah seiring dengan perubahan tingkat aktivitas. Apabila tingkat aktivitas meningkat, biaya tetap per unit akan meningkat. Contoh biaya tetap adalah biaya sewa peralatan pabrik.
 - c. Biaya campuran (*mixed cost*) adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel dan sekaligus biaya tetap. Sebagian unsur biaya campuran yang lain tidak berubah walaupun tingkat aktivitas berubah. Biaya listrik adalah contoh biaya campuran. Biaya pemakaian listrik berubah sesuai dengan perubahan tingkat pemakaian listrik. Sementara, biaya abodemen listrik tidak berubah walaupun pemakaian litrik berubah.
3. Fungsi pokok perusahaan
- Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi pada dasarnya ada tiga jenis fungsi pokok di perusahaan manufaktur. Fungsi pokok tersebut adalah fungsi produksi,

fungsi pemasaran serta fungsi administrasi dan umum. Berdasarkan fungsi pokok perusahaan, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:

- a. Biaya produksi (*production cost*) adalah biaya untuk membuat bahan menjadi produk jadi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
- b. Biaya pemasaran (*marketing cost*) yaitu meliputi berbagai biaya yang terjadi untuk memasarkan produk atau jasa. Contohnya biaya promosi, biaya iklan dan biaya pengiriman.
- c. Biaya administrasi dan umum (*general and administrative expense*) adalah biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan, mengendalikan perusahaan. Biaya administrasi dan umum terjadi dalam fungsi administrasi dan umum. Contohnya biaya administrasi dan umum adalah gaji pegawai administrasi, biaya depresiasi gedung kantor dan biaya perlengkapan kantor.

4. Elemen biaya produksi

Klasifikasi biaya berdasarkan 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 diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu :

- a. Biaya bahan baku (*raw material cost*) adalah nilai bahan baku yang digunakan dalam proses produksi untuk diubah menjadi produk jadi. Pada dasarnya ada dua kategori bahan, yaitu bahan baku dan bahan penolong. Bahan dikategorikan bahan baku dan bahan penolong tergantung pada

keputusan manajemen. Umumnya, ketertelusuran dan signifikansi nilai bahan dijadikan dasar untuk mengklasifikasi bahan menjadi bahan baku atau bahan penolong. Apabila mudah ditelusur ke produk atau lainnya signifikan, maka bahan tersebut dapat dikategorikan sebagai bahan baku. Sebagai contoh, untuk pembuatan buku diperlukan bahan berupa kertas, tinta, lem, dan benang. Kertas dan tinta dikategorikan sebagai bahan baku, sedangkan lem dan benang dikategorikan sebagai bahan penolong. Bahan penolong tidak termasuk biaya bahan baku melainkan biaya overhead pabrik.

- b. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*) adalah besarnya nilai gaji tenaga kerja yang terlibat langsung untuk mengerjakan produk. Pada dasarnya ada dua jenis tenaga kerja, yaitu tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Karyawan produksi yang terlibat langsung dalam pembuatan produk termasuk tenaga kerja langsung. Supervisor dan kepala pabrik tidak secara langsung terlibat mengerjakan produk sehingga dikategorikan sebagai tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja tidak langsung bukan biaya tenaga kerja langsung melainkan biaya overhead pabrik.
- c. Biaya overhead pabrik (*manufacture overhead cost*) adalah semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Contoh biaya overhead pabrik adalah nilai bahan penolong yang digunakan, gaji tenaga kerja tidak langsung, depresiasi peralatan pabrik, depresiasi gedung pabrik, dan asuransi pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja

langsung relatif mudah ditelusur ke produk, sebaliknya biaya overhead pabrik relatif ditelusur ke produk.

Sedangkan menurut Carter (2009: 40) yang dialih bahasakan oleh Krista, klasifikasi biaya sebagai berikut:

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

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. Periode akuntansi;
5. Suatu keputusan, tindakan atau evaluasi”.

Klasifikasi biaya akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Biaya dalam Hubungannya dengan Produk

Proses klasifikasi biaya dan beban dapat dimulai dengan menghubungkan biaya ke tahapan yang berbeda dalam operasi suatu bisnis. Dalam lingkungan manufaktur, total biaya operasi terdiri dari dua elemen: biaya manufaktur dan beban komersial. Biaya manufaktur juga disebut biaya produksi atau biaya pabrik-biasanya didefinisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung, keduanya disebut biaya utama (*prime cost*). Tenaga kerja langsung dan overhead pabrik, keduanya disebut biaya konversi. Beban komersial terdiri atas dua klasifikasi umum: beban pemasaran dan beban administratif (juga sebut beban umum dan administratif). Beban pemasaran dimulai dari titik dimana biaya manufaktur berakhir. Beban

administratif termasuk beban yang terjadi dalam mengarahkan dan mengendalikan organisasi.

2. Biaya dalam Hubungannya dengan Volume

Produksi Beberapa jenis biaya bervariasi secara proposional terhadap perubahan dalam volume produksi atau output, sementara yang lainnya tetap relatif konstan dalam jumlah. Kecenderungan biaya untuk bervariasi terhadap output harus dipertimbangkan oleh manajemen jika manajemen ingin sukses dalam merencanakan dan mengendalikan. Biaya dalam hubungannya dengan volume produksi antara lain: biaya variabel, biaya tetap, dan biaya semivariabel.

3. Biaya dalam Hubungannya dengan Departemen Produksi atau Segmen Lain

Suatu bisnis dapat dibagi menjadi segmen-segmen yang memiliki berbagai nama. Pembagian pabrik menjadi departemen, proses, unit kerja, pusat biaya, atau kelompok biaya juga berfungsi sebagai dasar untuk mengklasifikasikan dan mengakumulasi biaya serta membebankan tanggung jawab untuk pengendalian biaya. Saat produk melalui suatu departemen atau pusat biaya, unit tersebut dibebankan dengan biaya yang dapat ditelusuri langsung (biasanya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung) dan sebagian dari biaya tidak langsung (biaya overhead pabrik).

4. Biaya dalam Hubungannya dengan Periode Akuntansi

Biaya dapat diklasifikasikan sebagai belanja modal (*capital expenditure*) atau sebagai belanja pendapatan (*revenue expenditure*). Suatu belanja modal

dimaksudkan untuk memberikan manfaat pada periode-periode mendatang dan dilaporkan sebagai aset. Belanja pendapatan memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban.

5. Biaya dalam Hubungannya dengan Suatu Keputusan, Tindakan, atau Evaluasi
Ketika harus memilih di antara tindakan-tindakan atau alternatif-alternatif yang mungkin dilakukan, adalah penting untuk mengidentifikasi biaya yang relevan terhadap pilihan tersebut.

2.1.1.3. Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Nastiti (2014) kualitas suatu produk dapat memiliki peranan penting di dalam perusahaan, karena dapat memiliki simbol kepercayaan yang bernilai di mata konsumen. Usaha yang telah dilakukan perusahaan untuk mencapai nama baik perusahaan itu sendiri tergantung dari kualitas itu sendiri.

Menurut Siregar, dkk (2013: 285) pengertian kualitas adalah sebagai berikut:

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

1. Memuaskan harapan konsumen yang berkaitan dengan atribut-atribut harapan konsumen.

2. Memastikan seberapa baik produk dapat memenuhi aspek-aspek teknis dan desain produk tersebut, kesesuaian kinerja dengan standar yang diharapkan, dan kesesuaian dengan standar pembuatnya”.

Tjiptono dan Sunyoto (2012) mengatakan bahwa kualitas merupakan: “sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”

Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan. Dalam menghasilkan suatu produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas.

2.1.1.4. Pengaruh Kualitas

Heizer dan Rander (2012:301) mengatakan bahwa terdapat tiga pengaruh kualitas terhadap perusahaan yaitu :

- “Pengaruh kualitas terhadap perusahaan, diantaranya :
1. Reputasi Perusahaan;
 2. Kehendak Produk;
 3. Keterlibatan Global.”

Pengaruh kualitas terhadap perusahaan akan dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut :

1. Reputasi Perusahaan

Suatu organisasi menyadari reputasi akan mengikuti kualitas. Kualitas akan muncul sebagai persepsi tentang produk baru perusahaan, kebiasaan perusahaan, dan hubungan dengan pemasoknya. Promosi diri tidak akan dapat menggantikan produk berkualitas.

2. Keandalan Produk

Peraturan seperti *Customer Product Safety Act* membuat standar produk dan melarang produk yang tidak dapat memenuhi standar tersebut. Contohnya makanan yang tidak bersih yang menyebabkan penyakit, ban yang mudah pecah atau tangka bahan bakar mobil yang dapat meledak pada tekanan tertentu bias menyebabkan pengeluaran dari sisi hokum, penyelesaian kasusu atau kerugian yang memakan biaya besar, dan publisitas yang buruk.

3. Keterlibatan Global

Kualitas saat ini menjadi perhatian internasional. Bagi perusahaan dan negara yang ingin bersaing secara efektif pada ekonomi global, produk mereka harus memenuhi ekspektasi akan kualitas, desain, dan harganya secara global. Produk yang berkualitas rendah akan mengurangi keuntungan perusahaan dan neraca pembayaran negara.

Menurut Siregar, dkk (2013: 298) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas adalah sebagai berikut:

“Penyebab penyimpangan kualitas biasanya dikelompokan sebagai berikut:

1. Manusia, adalah semua orang yang terlibat dalam proses.
2. Metode, adalah cara bagaimana proses dilakukan dan setiap permintaan spesifik untuk dapat melakukannya, seperti kebijakan, aturan-aturan dan hukum.
3. Bahan, adalah bahan baku atau bahan penolong untuk menghasilkan produk akhir.
4. Mesin, adalah semua peralatan, computer atau perlengkapannya lain yang dibutuhkan untuk melaksanakan pekerjaan.
5. Pengukuran, adalah data yang diperoleh dari proses yang digunakan untuk mengukur kualitas.
6. Lingkungan, merupakan suatu kondisi, seperti waktu lokasi, suhu, cuaca, budaya dan lainnya”.

2.1.1.5. Dimensi Kualitas

Siregar, dkk (2013: 286) mengemukakan dimensi kualitas adalah sebagai berikut:

“Harapan konsumen atas produk atau jasa tentu saja berbeda antara satu konsumen dan konsumen lainnya. Harapan konsumen ini dapat dilihat dari beberapa dimensi yang mewakili kualitas seperti berikut ini:

1. Kinerja (*performance*)
2. Estetika (*aesthetic*)
3. Kemampuan servis (*service ability*)
4. Fitur (*features*)
5. Keandalan (*reliability*)
6. Keawetan (*durability*)
7. Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*)
8. Kesesuaian dalam penggunaan (*fitness of use*)”.

Dimensi biaya yang dikemukakan diatas akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Kinerja (*performance*) adalah tingkat konsistensi dan seberapa baik produk dapat berfungsi. Kinerja jasa berarti tingkat keberadaan layanan pada saat diminta konsumen.

2. Estetika (*aesthetic*) adalah tingkat keindahan penampilan produk (seperti kecantikan dan gaya) dan penampilan dari fasilitas, perlengkapan, personel dan materi komunikasi untuk jasa.
3. Kemampuan servis (*service ability*) adalah ukuran yang menunjukkan mudah tidaknya suatu produk dirawat atau diperbaiki setelah ditangan konsumen.
4. Fitur (*features*) adalah karakteristik produk yang membedakan secara fungsional dengan produk yang mirip atau sejenis.
5. Keandalan (*reliability*) adalah kemungkinan atau peluang produk atau jasa dapat bekerja sesuai yang dispesifikasikan 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.

2.1.1.6. Pengertian Biaya Kualitas

Biaya kualitas akan membantu perusahaan dalam menganalisis dan meningkatkan kesesuaian dengan kualitas produk yang akan berguna dalam mengembangkan layanan dan brand image produk. Hal tersebut sangat penting dalam pencapaian tujuan untuk menjadi perusahaan yang berhasil. Dengan adanya biaya kualitas yang terukur secara akurat maka akan diketahui apakah upaya-

upaya peningkatan kualitas yang telah dijalankan sudah sesuai dengan tujuan perusahaan.

Carter (2009: 218) mendefinisikan biaya kualitas adalah sebagai berikut:

“Sampai batas tertentu, biaya mutu (*cost of quality*) sering kali disalahartikan. Biaya mutu tidak hanya terdiri atas biaya untuk mencapai mutu, melainkan juga biaya yang terjadi karena kurangnya mutu. Untuk memahami dan meminimalkan biaya mutu, maka jenis biaya mutu harus diidentifikasi dan dibedakan”.

Menurut Siregar, dkk (2013: 288) definisi biaya kualitas (*cost of quality*) merupakan biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena adanya kualitas yang rendah.

Horngren, dkk (2015: 736) mengatakan bahwa biaya kualitas adalah :

“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”.

Jadi, menurut beberapa defisini diatas biaya kualitas adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan agar kualitas barang atau pun jasa bisa ditingkatkan. Dengan adanya biaya kualitas yang terukur secara akurat maka akan diketahui apakah upaya-upaya peningkatan kualitas yang telah dijalankan sudah sesuai dengan tujuan perusahaan.

Peningkatan biaya kualitas pada perusahaan merupakan kegiatan pokok perusahaan untuk meningkatkan produk yang dihasilkan. Dalam menganalisis biaya kualitas terdapat empat elemen biaya, yaitu biaya pencegahan (*prevention cost*), biaya penilaian (*appraisal cost*), biaya kegagalan internal (*internal failure*

cost) dan biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*). (Hansen dan Mowen, 2005:8)

Dengan diterapkannya biaya kualitas yang tinggi dalam suatu perusahaan, maka perusahaan diharapkan dapat menghasilkan produk-produk yang berkualitas tinggi, dan dapat memenuhi harapan atau tuntutan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Hansen dan Mowen, 2005:280).

2.1.1.7.Klasifikasi Biaya Kualitas

Menurut Carter (2009: 218) jenis-jenis biaya kualitas adalah sebagai berikut:

“Biaya mutu dapat dikelompokkan ke dalam tiga klasifikasi besar: biaya pencegahan (*prevention cost*), biaya penilaian (*appraisal cost*), dan biaya kegagalan (*failure cost*)”.

Jenis-jenis biaya kualitas yang dikemukakan diatas akan dijelaskan 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 bisa terjadi secara 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 (*external 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 Siregar, dkk (2013: 288) biaya kualitas dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

“Biaya kualitas dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Biaya kualitas yang berkaitan dengan aktivitas pengendalian (*control activity*). Biaya pengendalian dipecah lagi kedalam subkelompok menjadi:
2. Biaya pencegahan (*prevention cost*).
3. Biaya penilaian (*appraisal cost*).
4. Biaya yang berkaitan dengan aktivitas kegagalan (*failure activity*). Biaya kegagalan dipecah lagi kedalam subkelompok menjadi:
5. Biaya kegagalan internal (*internal failure cost*).
6. Biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*)”.

Menurut Hansen dan Mowen (2006: 288) klasifikasi biaya kualitas yaitu:

“*Classification cost of quality*:

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

2.1.2. Biaya Pencegahan (*Prevention Cost*)

Carter (2009: 218) mendefinisikan biaya pencegahan (*prevention cost*) adalah 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 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 Salman dan Farid (2016: 205) definisi biaya pencegahan (*prevention cost*) adalah biaya yang terjadi dalam mencegah adanya produk dengan kualitas tidak baik.

Siregar, dkk (2013: 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”.

Jadi biaya pencegahan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mencegah kerusakan dan terjadinya produk cacat, memeriksa mutu.

Menurut Blocher, dkk (2012: 486) bahwa contoh biaya pencegahan meliputi:

“Biaya pencegahan (*prevention cost*) digunakan untuk mencegah terjadinya kecacatan mutu. Biaya pencegahan mencakup:

1. Biaya pelatihan mutu
2. Biaya perawatan peralatan
3. Biaya jaminan bagi pemasok
4. Biaya system informasi
5. Desain ulang produk dan peningkatan proses.
6. Lingkungan mutu (*quality circles*)”

Contoh biaya pencegahan yang dikemukakan diatas akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Biaya pelatihan mutu.

Biaya yang digunakan untuk melakukan program pelatihan internal dan untuk para pegawai untuk mengikuti program eksternal dalam rangka memastikan manufaktur yang tepat, menyampaikan dan memperbaiki produk dan jasa dan untuk meningkatkan mutu. Biaya ini mencakup gaji selama masa pelatihan, biaya instruktur, biaya terikat administrasi, biaya untuk persiapan handbook dan intruksi manual.

2. Biaya perawatan peralatan.

Biaya ini termasuk biaya pemasangan, penyesuaian, perawatan perbaikan dan pengecekan alat-alat produksi.

3. Biaya jaminan bagi pemasok.

Biaya ini ditujukan untuk meyakinkan bahwa bahan baku, komponen dan jasa yang diterima di perusahaan memenuhi standar. Biaya ini mencakup biaya pemilihan, evaluasi, dan pelatihan pemasok agar sesuai dengan syarat-syarat dari manajemen mutu total.

4. Biaya sistem informasi.

Biaya ini diperlukan untuk pengembangan data yang di butuhkan, serta pengukuran, audit dan pelaporan data terkait mutu.

5. Desain ulang produk dan peningkatan proses.

Biaya ini ditujukan untuk mengevaluasi dan meningkatkan desain produk dan proses operasional untuk menyederhanakan proses manufaktur atau untuk mengeliminasi atau mengurangi masalah terkait mutu.

6. Lingkungan mutu (*quality circles*).

Biaya ini mencakup biaya membangun dan mengoperasikan siklus kendali mutu untuk mengidentifikasi masalah mutu dan untuk menawarkan solusi dan untuk meningkatkan mutu baran dan jasa.

Siregar, dkk (2013: 289) mengemukakan bahwa contoh biaya pencegahan meliputi:

“ Biaya pencegahan meliputi :

1. Pelatihan kualitas;
2. Pendesaianan kualitas;
3. Perekayasa keandalan;
4. Pengujian model.”

Biaya pencegahan yang dikemukakan diatas akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Pelatihan kualitas

Biaya-biaya yang berkaitan dengan penyiapan dan pelaksanaan programprogram pelatihan yang berkaitan dengan kualitas.

2. Pendesainan kualitas

Biaya-biaya yang berkaitan dengan aktivitas pendesainan atau perencanaan kualitas secara keseluruhan, termasuk penyiapan prosedur-prosedur yang

diperlukan untuk mengkomunikasikan rencana kualitas keseluruhan pihak yang berkepentingan.

3. Perekayasa keandalan

Biaya-biaya yang berkaitan dengan tinjauan ulang produk baru dan aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan kualitas yang berhubungan dengan pemberitahuan desain baru.

4. Pengujian model

Biaya-biaya yang berkaitan dengan pengujian model produk dalam rencana kualitas secara keseluruhan.

2.1.3. Biaya Penilaian (*Appraisal Cost*)

Hansen dan Mowen (2006: 288) mendefinisikan biaya penilaian adalah 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"

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. (Carter, 2009: 219)

Menurut Siregar, dkk (2013: 288) definisi biaya penilaian adalah biaya yang terjadi karena dilakukannya penentuan apakah produk dan jasa yang dihasilkan telah sesuai dengan permintaan atau kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Salman dan Farid (2016: 205) definisi biaya penilaian (*appraisal cost*) adalah biaya yang terjadi untuk menentukan apakah suatu produk memenuhi karakteristik yang ditetapkan atau sesuai dengan permintaan konsumen atau tidak. Biaya penilaian dikeluarkan dalam proses mengungkap cacat suatu produk.

Jadi biaya penilaian merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mengukur, mengevaluasi, mengaudit produk dan bahan yang dibeli serta penentuan derajat konformansi terhadap produk yang dihasilkan.

Menurut Blocher, dkk (2012: 487) bahwa biaya taksiran mencakup:

“Biaya taksiran mencakup:

1. Biaya tes dan pengecekan.
Biaya yang digunakan untuk menilai dan mengecek materi yang datang, proses bekerja dan penyelesaian barang. Biaya ini juga digunakan untuk mengecek mesin: biaya-biaya terkait penilaian produk dalam pandangan konsumen.
2. Instrumen dan peralatan tes.
Biaya ini digunakan untuk menemukan, mengoprasikan atau menjaga fasilitas, peranti lunak mesin dan instrument untuk menilai atau menaksir mutu dari barang, jasa dan proses”.

Siregar, dkk (2013: 289) mengemukakan bahwa contoh biaya penilaian meliputi:

“Biaya penilaian meliputi:

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

Biaya penilaian yang dikemukakan diatas akan dijelaskan lebih rinci sebagai berikut:

1. *Review* desain

Biaya-biaya yang berkaitan dengan uji ulang desain baru berkaitan dengan kualitas.

2. Inspeksi bahan

Biaya-biaya yang berkaitan dengan penentuan kualitas dan material yang dibeli.

3. Pengujian keandalan

Biaya-biaya yang berkaitan dengan pengujian keandalan produk baru.

4. Inspeksi mesin

Biaya-biaya yang berkaitan dengan pemeliharaan mesin.

5. Pengujian laboratorium

Biaya-biaya dalam melakukan penyesuaian untuk mempertahankan akurasi pengukuran dan peralatan.

6. Akseptasi proses

Biaya-biaya yang berkaitan dengan evaluasi tentang konformasi produk dalam proses terhadap persyaratan kualitas (spesifikasi) yang ditetapkan.

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

“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”

2.1.4. Biaya Kegagalan Internal (*Internal Failure Cost*)

Hansen dan Mowen (2014: 289) mendefinisikan biaya kegagalan internal adalah 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 Carter (2009: 219) definisi biaya kegagalan internal (*internal failure cost*) adalah:

“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 Siregar, dkk (2014:288) Biaya Kegagalan Internal adalah biaya yang terjadi saat produk atau jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan permintaan atau kebutuhan konsumen. Ketidaksesuaian ini terdeteksi pada saat produk masih

berada dipihak perusahaan atau sebelum dikirim ke pihak luar perusahaan. Biaya ini tidak akan muncul apabila tidak ditemukan kesalahan dalam produk sebelum pengiriman.

Menurut Salman dan Farid (2016: 206) definisi biaya kegagalan internal (*internal failure cost*) adalah biaya atau kerugian yang telah terjadi karena produk tidak memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan dan produk belum samapai ke konsumen.

Jadi biaya kegagalan internal dilakukan untuk mendeteksi ketidaksesuaian produk dan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan karena menghasilkan produk rusak, tetapi produk tersebut belum sampai pada pelanggan. Biaya kegagalan internal juga digunakan untuk mendeteksi produk yang rusak/ kualitasnya buruk.

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

“ 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”.

Siregar, dkk (2013: 289) mengemukakan bahwa biaya kegagalan internal meliputi:

“Biaya kegagalan internal meliputi:

1. Bahan sisa
2. Perbaikan
3. Pengerjaan ulang
4. Kemacetan produksi
5. Kerusakan mesin
6. Pembuangan limbah”.

Biaya kegagalan internal yang dikemukakan diatas akan dijelaskan lebih rinci sebagai berikut:

1. Bahan sisa

Biaya ini adalah kerugian yang ditimbulkan karena adanya sisa bahan baku yang tidak terpakai dalam memenuhi tingkat kualitas yang dikehendaki. Bahan baku atau material yang tersisa karena alasan lain (misalnya keusangan, *over run*, perubahan desain produk) tidak termasuk dalam kategori biaya ini.

2. Perbaikan

Biaya-biaya yang berkaitan dengan perbaikan-perbaikan kualitas produk.

3. Pengerjaan ulang

Biaya ini meliputi biaya ekstra yang dikeluarkan untuk melakukan proses pengerjaan ulang agar memenuhi standar kualitas yang diisyaratkan.

Kemacetan biaya pembuangan limbah produksi.

2.1.5. Biaya Kegagalan Eksternal (*External Failure Cost*)

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

1. Produksi

Biaya ini meliputi biaya kemacetan produksi akibat dari kerusakan mesin maupun kesalahan teknis lainnya.

2. Kerusakan mesin

Biaya ini meliputi biaya ekstra yang dikeluarkan untuk perbaikan kerusakan alat-alat pabrik atau mesin-mesin yang rusak.

3. Pembuangan limbah

Biaya ini meliputi

“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 Carter (2009: 219) definisi biaya kegagalan eksternal (*external 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. Sedangkan menurut Salman dan Farid (2016: 206) definisi biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*) adalah biaya atau

kerugian yang terjadi karena produk tidak memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan dan produk itu sudah sampai ke konsumen.

Siregar, dkk (2013: 288) mendefinisikan biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*) adalah:

“Biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*) adalah biaya yang terjadi pada saat produk dan/ atau jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan permintaan atau kebutuhan konsumen dan diketahui setelah produk disampaikan kepada pelanggan”.

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:

“ Biaya kegagalan eksternal meliputi :

1. Jaminan (*warranty*)

Jaminan (*Warranty*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk penggantian 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”.

Menurut Siregar, dkk (2013: 289) mengungkapkan bahwa biaya kegagalan eksternal meliputi:

“Biaya kegagalan eksternal meliputi:

1. Biaya garansi
2. Penggantian produk
3. Komplain pelanggan
4. Penarikan produk
5. Kewajiban-kewajiban terkait produk
6. Kehilangan penjualan”.

Biaya kegagalan eksternal yang dikemukakan diatas akan dijelaskan lebih rinci sebagai berikut:

1. Biaya garansi

Biaya ini meliputi semua biaya yang ditimbulkan karena adanya keluhan-keluhan tertentu, sehingga diperlukan pemeriksaan, reparasi, atau penggantian Dan penukaran produk.

2. Penggantian produk

Biaya ini meliputi biaya yang ditimbulkan karena adanya penggantian yang tidak sesuai dengan spesifikasi produk

3. Komplain pelanggan

Biaya ini merupakan biaya-biaya yang berkaitan dengan keluhan-keluhan yang timbul setelah berlalunya masa garansi.

4. Penarikan produk

Biaya ini timbul karena adanya penarikan kembali suatu produk atau komponen produk tertentu.

5. Kewajiban-kewajiban terkait produk

Biaya ini merupakan biaya-biaya yang berkaitan kewajiban-kewajiban perusahaan terkait produk cacat yang dihasilkan.

6. Kehilangan penjualan

Biaya ini merupakan biaya-biaya yang berkaitan dengan kehilangan penjualan akibat dari adanya produk cacat.

2.1.6. Profitabilitas

2.1.6.1. Pengertian Profitabilitas

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yaitu untuk memperoleh keuntungan yang besar. Keuntungan tersebut akan digunakan bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Sehingga, besarnya keuntungan haruslah dicapai sesuai dengan yang telah diharapkan dan bukan berarti asal untung saja. Keuntungan perusahaan memang sangat menarik investor karena tingkat profit yang didapatkan dalam pembagian dividen, tetapi perlu disadari bahwa tujuan dalam memaksimalkan profit memiliki kendala atau kelemahan. Maka untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakanlah rasio profitabilitas.

Rasio profitabilitas merupakan bagian dari rasio keuangan. Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan dari satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan.

Menurut Kieso, Weygant, dan Warfield (2014:215) profitabilitas adalah:

“Profitability ratio is a ratio that measures the success or operation of a company for a certain period of time”.

Menurut Irham Fahmi (2015:81) mendefinisikan Profitabilitas sebagai berikut:

“Rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan”.

Menurut sofyan Syafri Harahap (2015: 304) rasio rentabilitas aau 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.

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).

Dari pengertian- pengertian di atas profitabilitas adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba melalui kegiatan penjualan, kas, modal jumlah karyawan, jumlah cadangan dan sebagainya.

2.1.6.2.Manfaat Rasio Profitabilitas

Manfaat rasio profitabilitas tidak terbatas hanya pada pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Kasmir (2013:197) menjelaskan terdapat beberapa tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yakni:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sementara itu, manfaat dari rasio profitabilitas adalah:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan,

sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut. Penggunaan seluruh atau sebagian rasio profitabilitas tergantung dari kebijakan manajemen. Jelasnya, semakin lengkap jenis rasio yang digunakan, semakin sempurna hasil yang akan dicapai, artinya posisi dan kondisi tingkat profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara sempurna.

2.1.6.3. Metode Pengukuran Rasio Profitabilitas

Kegagalan atau keberhasilan dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk perencanaan laba ke depan, sekaligus kemungkinan untuk menggantikan manajemen yang baru terutama setelah manajemen lama mengalami kegagalan. Oleh karena itu, rasio profitabilitas ini sering disebut sebagai salah satu alat ukur kinerja manajemen.

Menurut R. Agus Sartono (2012:113) terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas, yaitu:

1. *Gross Profit Margin* (Marjin Laba Kotor)

Gross profit margin menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan. Rumus perhitungan GPM adalah sebagai berikut:

$$\text{Marjin Laba kotor} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

Gross profit margin merupakan ukuran efisiensi operasi perusahaan dan juga penetapan harga produk. Apabila harga pokok penjualan meningkat, maka *gross profit margin* akan menurun, begitu juga sebaliknya. Semakin besar rasio *gross profit margin*, maka semakin baik keadaan operasi perusahaan. Hal

ini menunjukkan bahwa *cost of good sold* relatif rendah dibandingkan dengan penjualan.

2. *Operating Profit Margin* (Margin Laba Operasional)

Operating Profit Margin menggambarkan “*Pure Profit*” yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi rasio *operating profit margin*, maka semakin baik pula operasi suatu perusahaan. *Operating profit margin* dihitung dengan rumus:

$$\text{Margin Laba Operasional} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

3. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

Net Profit Margin adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Rasio ini berfungsi untuk mengukur tingkat kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya. Hal ini mengindikasikan seberapa baik perusahaan dalam menggunakan biaya operasional karena menghubungkan laba bersih dengan penjualan bersih. *Net profit margin* sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan. Semakin tinggi *net profit margin*, maka semakin baik operasi perusahaan. *Net profit margin* dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Margin Laba Bersih} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

4. *Return On Assets* (Hasil Pengembalian atas Assets)

Return On Assets (ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah

keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Hasil Pengembalian atas Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}}$$

ROA merupakan rasio yang terpenting di antara rasio profitabilitas. Penggunaan ROA sebagai alat ukur profitabilitas perusahaan, dapat menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan mengendalikan biaya dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan. Semakin baik pengelolaan aset suatu perusahaan maka akan menghasilkan laba yang lebih baik.

5. *Return On Equity* (Hasil Pengembalian atas Ekuitas)

Return On Equity adalah rasio yang menunjukkan berapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal pemilik. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham dan merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. *Return On Equity* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Hasil Pengembalian atas Ekuitas} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.1.7. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel, Objek, dan Periode	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
----	---------------	------------------------------	------------------	------------------

		Penelitian		
1	M. Ihsan Sodiq (2009)	Variabel Dependen : Profitabilitas (EBIT) Variabel Independen : - Biaya Pencegahan - Biaya Penilaian - Biaya Kegagalan Internal - Biaya Kegagalan Eksternal Objek Penelitian Perusahaan : Perusahaan Manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia	Pengaruh biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal terhadap profitabilitas (EBIT)	1. Biaya pencegahan pada tahun 2006 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. 2. Biaya penilaian pada tahun 2005 dan 2006 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Pada tahun 2007 biaya penilaian memiliki hubungan positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. 3. Biaya kegagalan internal pada tahun 2005 sampai dengan 2007 memiliki hubungan positif tapi tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. 4. Biaya kegagalan eksternal pada tahun 2005 sampai dengan 2007 memiliki hubungan positif tapi tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. 5. Pengaruh biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal terhadap profitabilitas menunjukkan pada tahun 2005 sampai dengan tahun 2006

				berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Pada tahun 2007 biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan eksternal memiliki hubungan positif tapi tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
2	Mathius, dkk (2010)	Variabel Dependen : Profitabilitas Variabel Independen : Biaya Kualitas dengan indikator penelitian, - <i>Prvention Cost</i> - <i>Appraisal Cost</i> - <i>Internal Failure Cost</i> - <i>External Failure Cost</i> Objek Penelitian Perusahaan : The Majesty Hotel & Apartement	Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan	1. Penerapan biaya kualitas pada The Majesty Hotel and Apartment sudah memadai karena perusahaan terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk maupun jasa perusahaan dan jarang sekali terjadi keluhan dari pelanggan. 2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji regresi sederhana.
3	Rimadhani Martika Sari (2010)	Variabel Dependen : Profitabilitas Variabel Independen : - Biaya Pencegahan	Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Profitabilitas	1. Biaya pencegahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas Hotel Group Dedy Jaya Brebes. 2. Biaya penilaian memiliki pengaruh

		- Biaya Penilaian - Biaya Kegagalan Internal - Biaya Kegagalan Eksternal Objek Penelitian Perusahaan : Hotel Group Dedy Jaya Brebes.		positif dan signifikan terhadap profitabilitas Hotel Group Dedy Jaya Brebes. 3. Biaya kegagalan internal pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Artinya semakin 4. Biaya kegagalan eksternal memiliki pengaruh yang tidak signifikan secara parsial terhadap profitabilitas. 5. Secara bersama-sama biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas Hotel Group Dedy Jaya Brebes. 6. Biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal mampu menjelaskan profitabilitas sebesar 93%. Sementara sisanya sebesar 7 % dijelaskan oleh variabel lain.
4	Alimin Maidin, dkk (2011)	Variabel Dependen : Profitabilitas Variabel Independen :	Analisis Biaya Kualitas Terhadap Profitabilitas	1. Secara parsial, biaya pencegahan dan penilaian memiliki hubungan yang signifikan untuk meningkatkan

		- Biaya Pencegahan - Biaya Penilaian - Biaya Kegagalan Internal - Biaya Kegagalan Eksternal Objek Penelitian Perusahaan : Rumah Sakit Stella Maris		profitabilitas, sedangkan biaya kegagalan eksternal memiliki hubungan yang signifikan untuk menurunkan profitabilitas. 2. Biaya kegagalan internal tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap profitabilitas unit perawatan VIP Rumah Sakit Stella Maris.
5	Wahyu Kurniawan (2014)	Variabel Dependen : Profitabilitas Variabel Independen : Biaya Kualitas Objek Penelitian Perusahaan : Perusahaan Dealler Aceh Motor Boyolali	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan	1. Hasil penelitian yang dilakukan menyebutkan bahwa biaya pencegahan, biaya penilaian, dan biaya kegagalan internal tidak berpengaruh signifikan terhadap EBIT. 2. Biaya kegagalan eksternal memiliki pengaruh terhadap EBIT.
6	Rina, dkk (2017)	Variabel Dependen : Profitability Variabel Independen : Cost of Quality	<i>The Effect of Efficiency and Quality Cost on Profitability</i>	<i>It is found that the costs of efficiency and quality significantly influence the profitability of the company in question by changing the maintenance and repair costs resulting from internal and external failures</i>

2.2. Kerangka Pemikiran

2.2.1. Pengaruh *Prevention Cost* (Biaya Pencegahan) terhadap Tingkat Profitabilitas

Menurut Gasperz (2001: 172), banyaknya pengurangan dalam biaya total kualitas dapat meningkatkan keuntungan tergantung pada trade off manfaat yang terjadi dalam pengeluaran yang lebih banyak pada aktivitas pencegahan. Apabila suatu perusahaan dengan komitmen yang tinggi dari manajemen secara simultan berhasil mengurangi pemborosan (*waste*) terus menerus sehingga biaya pencegahan 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 oleh Tandiontong, dkk (2010), bahwa biaya pencegahan memberikan dampak positif terhadap tingkat kualitas produk sehingga dapat meningkatkan penjualan yang secara tidak langsung akan meningkatkan tingkat profitabilitas, karena dengan adanya biaya pencegahan dapat meningkatkan mutu produk.

Selain itu ada penelitian yang dilakukan oleh Maidin (2011) yang menyatakan bahwa biaya pencegahan memiliki nilai korelasi positif terhadap profitabilitas, yang berarti bahwa peningkatan biaya pencegahan dapat meningkatkan profitabilitas. Dengan demikian, perusahaan perlu meningkatkan alokasi biaya pencegahan untuk mendukung program peningkatan kualitas.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heri (2015) yang mengungkapkan bahwa biaya pencegahan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Penerapan biaya pencegahan pada perusahaan tentu akan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan beberapa ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa semakin tinggi biaya pencegahan (*prevention cost*) maka secara tidak langsung akan meningkatkan tingkat profitabilitas.

2.2.2. Pengaruh *Appraisal Cost* (Biaya Penilaian) terhadap Tingkat Profitabilitas

Menurut Gasperz (2001: 172), banyaknya pengurangan dalam biaya total kualitas sehingga meningkatkan keuntungan tergantung pada *trade off* manfaat yang terjadi dalam pengeluaran yang lebih banyak pada aktivitas 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 oleh Maidin (2011), biaya penilaian memiliki nilai korelasi positif terhadap profitabilitas, yang berarti bahwa peningkatan biaya penilaian dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dengan

demikian, perusahaan perlu meningkatkan alokasi biaya penilaian untuk mendukung program peningkatan kualitas produk yang dihasilkan.

Penelitian ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Rimadhani (2013) yang menyatakan bahwa biaya penilaian memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Artinya semakin tinggi biaya penilaian maka profitabilitas akan meningkat. Selain itu teori ini didukung oleh penelitian Kurniawan (2014), apabila biaya penilaian ditingkatkan maka profitabilitas yang didapat akan meningkat.

Berdasarkan beberapa ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya penilaian (*appraisal cost*) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi biaya yang dikeluarkan terhadap biaya penilaian, maka secara tidak langsung meningkatkan profitabilitas perusahaan.

2.2.3. Pengaruh *Internal Failure Cost* (Biaya Kegagalan Internal) terhadap Tingkat Profitabilitas

Menurut 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 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.

Biaya kegagalan internal terjadi untuk mengidentifikasi produk yang cacat selama proses penilaian atau produk dan jasa yang dihasilkan tidak sesuai spesifikasi atau kebutuhan pelanggan yang diinginkan. Kegagalan internal yang tinggi sangat berpengaruh terhadap hasil yang sudah diproduksi dengan biaya kegagalan internal yang tinggi akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan (Garrison, 2006:85).

Teori ini didukung oleh Maidin (2011), menyatakan bahwa dengan menekan biaya kegagalan internal dapat meningkatkan profitabilitas. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rimadhani (2013) yang menyatakan bahwa biaya kegagalan internal memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Artinya semakin besar biaya kegagalan internal maka semakin berkurangnya kegagalan dan meningkatnya profitabilitas.

Berdasarkan ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya kegagalan internal (*internal failure cost*) berpengaruh terhadap profitabilitas. Semakin perusahaan menekan biaya kegagalan internal, yang di akibatkan karena peningkatan biaya pencegahan dan penilaian secara tidak langsung akan menurunkan kualitas produk yang buruk dan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

2.2.4. Pengaruh *External Failure Cost* (Biaya Kegagalan Eksternal) terhadap Tingkat Profitabilitas

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 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.

Biaya kegagalan eksternal terjadi apabila produk cacat telah sampai ke tangan konsumen tidak sesuai pesanan dan keinginan. Meliputi garansi perbaikan dan penggantian, penarikan produk, kewajiban hukum yang mungkin terjadi, dan hilangnya penjualan karena reputasi kualitas rendah. Hal ini menyangkut kelangsungan perusahaan terhadap tingkat kepercayaan dan berdampak pada profitabilitas perusahaan yang mungkin akan terjadi penurunan yang disebabkan penjualan berkurang karena kegagalan eksternal (Garrison, 2006:85).

Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia (2003: 69) mengungkapkan:

“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”.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mathius Tandiontong (2010) yang menyatakan bahwa biaya kegagalan eksternal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Dengan tingkat kegagalan yang terjadi pada biaya kegagalan internal akan berpengaruh pada biaya kegagalan eksternal perusahaan yang berdampak pada profitabilitas perusahaan.

Penelitian ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Rimadhani Martika Sari (2010), mengungkapkan bahwa dengan meningkatnya

kualitas pada suatu produk yang dihasilkan maka perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif dan menikmati tingkat profitabilitas yang tinggi. Meningkatnya kualitas produk tentu dapat menurunkan tingkat pengembalian produk (*return*) dari pelanggan sehingga dengan itu akan berdampak pada menurunnya biaya garansi dan perbaikan. 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.

Selain itu, teori ini didukung oleh Maidin (2011), menyatakan bahwa dengan menekan biaya kegagalan eksternal dengan mengalokasikan biaya kontrol (biaya pencegahan dan penilaian) yang dapat dipergunakan untuk pengendalian kualitas secara berkesinambungan sehingga dapat meningkatkan profitabilitas. Berdasarkan ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*) berpengaruh terhadap profitabilitas. Semakin perusahaan menekan biaya kegagalan eksternal, yang di akibatkan karena peningkatan biaya pencegahan dan penilaian secara tidak langsung akan menurunkan kualitas produk yang buruk dan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*) berpengaruh terhadap profitabilitas. Semakin perusahaan menekan biaya kegagalan internal maupun eksternal, yang di

akibatkan karena peningkatan biaya pencegahan dan penilaian secara tidak langsung akan menurunkan kualitas produk yang buruk dan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

2.2.5. Pengaruh *Prevention Cost*, *Appraisal Cost*, *Internal Failure Cost*, dan *External Failure Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas

Penggolongan biaya kualitas dibagi kedalam empat kategori yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal yang berfungsi sebagai perangkat bagi manajemen atau pihak lain untuk mempermudah melakukan analisis terhadap elemen-elemen biaya kualitas serta pengaruhnya terhadap variabel lain diluar biaya kualitas, misalnya dengan tingkat produktivitas dan profitabilitas perusahaan (Wibowo, 2006:12).

Menurut Gaspersz (2011: 1) berpendapat bahwa :

“Setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi di dalam dunia bisnis dan industri akan memberikan perhatian penuh kepada kualitas. Perhatian penuh kepada kualitas akan memberikan dampak positif kepada bisnis melalui dua cara, yaitu dampak terhadap penurunan biaya produksi dan dampak terhadap peningkatan pendapatan”.

Beberapa perusahaan kelas dunia menggunakan ukuran biaya kualitas sebagai indikator keberhasilan program peningkatan kinerja dengan membandingkan total biaya kualitas terhadap keuntungan perusahaan. Apabila nilai presentase biaya kualitas total semakin rendah, maka program peningkatan kinerja semakin efektif dan efisien. (Gasperzs, 2011: 237).

Teori ini didukung oleh Yulian Heryanti (2011) biaya kualitas yang terdiri dari biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya

kegagalan eksternal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada PT.PINDAD (Persero) Divisi Tempa dan Cor. Ketika biaya kualitas meningkat, maka akan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Selain itu, penelitian terdahulu oleh Susanti (2012), biaya kualitas yang terdiri dari biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana fungsi sistem pengendalian kualitas yang diterapkan oleh perusahaan. Saat ini, masih banyak pihak manajemen perusahaan yang melihat biaya kualitas itu hanya dalam jangka pendek saja yang menyatakan bahwa jumlah rupiah yang dikeluarkan oleh perusahaan yang menerapkan biaya kualitas hanya terbatas pada biaya kegagalan internal dan eksternal saja. Padahal jika manajemen perusahaan melihat lebih jauh lagi, pengeluaran biaya yang meliputi keseluruhan komponen biaya kualitas yang mencakup biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal merupakan suatu proses penjagaan kualitas dalam jangka panjang dari produk yang dihasilkannya. Dalam hal ini, semakin baik kualitas yang dihasilkan secara tidak langsung dapat meningkatkan pangsa pasar melalui peningkatan penjualan produk berkualitas yang dapat meningkatkan rasio perputaran aktiva (ROA) yang merupakan salah satu ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan.

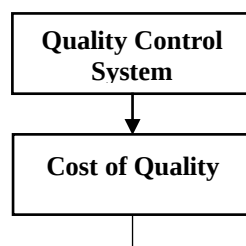
Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anita Swantari (2015), yang menyatakan bahwa penerapan biaya kualitas yang tinggi

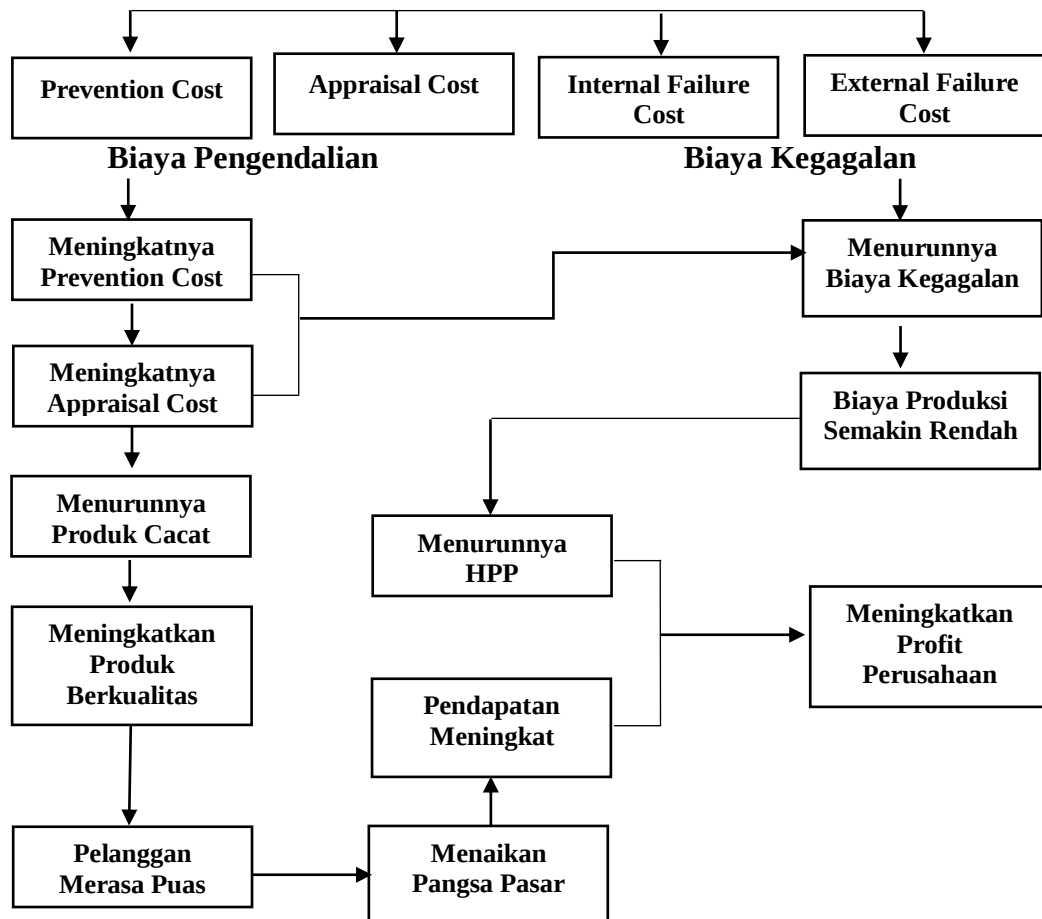
maka akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Meningkatnya biaya kualitas akan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan beberapa ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya kualitas yang mencakup biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal semakin baik kualitas yang dihasilkan secara tidak langsung dapat meningkatkan pangsa pasar melalui peningkatan penjualan produk berkualitas yang dapat meningkatkan rasio perputaran aktiva (ROA) yang merupakan salah satu ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan.

2.2.6. Bagan Kerangka Pemikiran

Dari uraian yang telah dikemukakan di atas maka bagan konsep kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut :





Gambar 2.1.
Bagan Kerangka Pemikiran

2.3. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan

sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. (Sugiyono, 2015: 64)

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

Hipotesis 1 = Terdapat Pengaruh *Prevention Cost* (Biaya Pencegahan) terhadap Tingkat Profitabilitas.

Hipotesis 2 = Terdapat Pengaruh *Appraisal Cost* (Biaya Penilaian) terhadap Tingkat Profitabilitas.

Hipotesis 3 = Terdapat Pengaruh *Internal Failure Cost* (Biaya Kegagalan Internal) terhadap Tingkat Profitabilitas.

Hipotesis 4 = Terdapat Pengaruh *External Failure Cost* (Biaya Kegagalan Ekstrenal) terhadap Tingkat Profitabilitas.

Hipotesis 5 = Terdapat Pengaruh *Prevention Cost*, *Appraisal Cost*, *Internal Failure Cost*, dan *External Failure Cost* terhadap Tingkat Profitabilitas.