

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

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

2.1.1.1 Pengertian Biaya

Untuk mengelola suatu perusahaan yang baik, diperlukan informasi biaya yang sistematis dan komparatif. Informasi ini membantu manajemen untuk dapat menetapkan target departemen menuju pencapaian sasaran akhir, mengevaluasi keefektifan rencana, dan lain-lain. 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, 2009: 37). Oleh karena itu, sebelum kita membahas biaya kualitas sebaiknya kita mengetahui pengertian biaya terlebih dahulu.

Menurut Bhimani, Horngren, Datar dan Foster (2008: 38) definisi biaya adalah:

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

Menurut Hansen, Mowen, dan 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”.

Menurut Carter (2009: 30) yang dialihbahasakan oleh Krista sering kali istilah biaya (*cost*) digunakan sebagai sinonim dari beban (*expense*). Tetapi, belum dapat didefinisikan sebagai arus keluar yang terukur dari barang atau jasa, yang kemudian ditandingkan dengan pendapatan untuk menentukan laba. Oleh karena itu, definisi biaya menurut Carter (2009: 30) yang dialih bahasakan Krista adalah:

“Suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat. Dalam akuntansi keuangan, 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 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.

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

“Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Ada 4 unsur pokok dalam definisi biaya tersebut:

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”.

Menurut Siregar, dkk (2014: 36) definisi biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang.

Pengorbanan yang terjadi dalam rangka memperoleh suatu barang atau jasa yang bermanfaat, dikatakan setara dengan kas karena sumber daya non kas juga dapat ditukar dengan barang atau jasa. Pengorbanan tersebut dapat diukur dengan

jumlah pengeluaran kas, aktiva yang ditransfer atau ditukarkan maupun jasa yang diserahkan yang dinyatakan dalam rupiah atau satuan uang.

Jadi, menurut beberapa definisi diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan kas atau nilai equivalent kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi perusahaan.

2.1.1.2 Objek Biaya

Sistem akuntansi manajemen dibuat untuk mengukur dan membebankan 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 Bhimani, Horngren, Datar dan Foster (2008: 38) definisi objek biaya adalah:

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

Menurut Carter yang dialihbahasakan 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) dialihbahasakan oleh Dewi Arnos Kwary didefinisikan objek biaya adalah dapat berupa apapun, seperti produk, pelanggan, departemen, proyek, aktivitas dan lain-lain yang digunakan untuk mengukur dan membebankan biaya.

Sedangkan menurut Siregar, dkk (2014: 39) definisi objek biaya adalah unsur berupa apapun 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. 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.

Menurut Siregar, dkk (2014: 36) mengemukakan klasifikasi biaya adalah sebagai berikut:

“Pada dasarnya biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan:

1. Ketelusuran 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 biaya ke produk, biaya dapat digolongkan menjadi dua, yaitu:

- a. Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang ditelusuri sampai kepada produk secara langsung. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri sampai kepada produk. Dalam pembuatan meja, banyaknya kayu dan biaya kayu yang digunakan dapat ditelusuri 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 ditelusuri 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

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 variable (*variable cost*)

Biaya variable 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*)

Biaya tetap 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*)

Biaya campuran 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 walapun pemakian listrik berubah.

3. Fungsi Pokok Perusahaan

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*)

Biaya produksi 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*)

Biaya pemasaran 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*)

Biaya administrasi dan umum 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

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*)

Biaya bahan baku adalah nilai bahan baku yang digunakan dalam proses produksi untuk diubah menjadi produk. 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 mengklasifikasikan 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*)

Biaya tenaga kerja langsung 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*)

Biaya overhead pabrik 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, depreasi peralatan pabrik, depreasi 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 dialihbahasakan 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 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”.

Dalam penelitian ini, menurut Siregar, dkk (2013: 36) biaya kualitas dapat diklasifikasikan ke dalam klasifikasi biaya berdasarkan perilaku. Dengan melihat tingkat aktivitas dapat berubah-ubah, naik atau turun. Perilaku biaya menggambarkan pola variasi perubahan tingkat aktivitas terhadap perubahan biaya. Berdasarkan perilakunya klasifikasi biaya dibagi tiga yaitu biaya variabel (*variable cost*), biaya tetap (*fixed cost*), dan biaya campuran (*mixed cost*). Dalam penelitian ini, biaya kualitas masuk ke dalam biaya variabel (*variable cost*), karena biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas. Jika biaya kualitas naik maka jumlah total biaya yang dikeluarkan perusahaan akan berubah.

2.1.1.4 Metode Pembebanan Biaya

Menurut Siregar, (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 membebankan 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 harapan pelanggan pada harga bersaing yang bersedia dibayar pelanggan”.

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. 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:
 - a. Kinerja (*performance*) adalah tingkat konsistensi dan seberapa baik produk dapat berfungsi.
 - b. Estetika (*aesthetic*) adalah tingkat keindahan penampilan produk dan penampilan dari fasilitas, perlengkapan, personel dan materi komunikasi untuk jasa.

- c. Kemampuan servis (*serviceability*) adalah ukuran yang menunjukkan mudah tidaknya suatu produk dirawat atau diperbaiki setelah ditangan konsumen.
 - d. Fitur (*feature*) adalah karakteristik produk yang membedakan secara fungsional dengan produk yang mirip atau sejenis.
 - e. Keandalan (*reliability*) adalah kemungkinan produk atau jasa dapat bekerja sesuai yang di spesifikasikan dalam jangka waktu yang ditentukan.
 - f. Keawetan (*durability*) adalah lama produk dapat berfungsi atau digunakan.
 - g. Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*) adalah tingkat kesesuaian produk dengan spesifikasi kualitas yang ditentukan pada desainnya.
 - h. 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”.

Hansen dan Mowen yang dialihbahasakan oleh Deny Arnos Kwary (2012: 269) menyatakan kualitas adalah secara operasional produk atau jasa yang berkualitas adalah yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Dengan kata lain, kualitas adalah kepuasan pelanggan.

Jadi, menurut beberapa definisi diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa kualitas adalah hal yang diharapkan oleh pelanggan terhadap barang ataupun jasa. Semakin baik kualitas suatu barang atau jasa, semakin tinggi pula permintaan atas barang atau jasa tersebut.

2.1.1.6 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 (*servis ability*)
4. Fitur (*features*)
5. Keandalan (*reliability*)
6. Keawetan (*durability*)
7. Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*)
8. Kesesuaian dalam penggunaan (*fitness of use*)”.

2.1.1.7 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kualitas

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

“Penyebab penyimpangan kualitas biasanya dikelompokkan sebagai berikut:

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

2.1.1.8 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.

Menurut Blocher, Chen, Cokins dan Lin (2007: 404) yang dialihbahasakan 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 Hansen, Mowen, dan Guan (2009: 498) biaya kualitas yaitu:

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

Menurut 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 (2014: 288) definisi biaya kualitas (*cost of quality*) merupakan biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena adanya kualitas yang rendah. Sedangkan menurut Hongren, dkk (2015: 736) biaya kualitas adalah:

“The cost 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 definisi diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa 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.

2.1.1.9 Klasifikasi Biaya Kualitas

Menurut Mowen, Hansen dan Heitger (2014: 288) dan Hongren, 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 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*).

1. Biaya pencegahan (*prevention cost*) adalah biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya kegagalan produk. Biaya pencegahan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendesain produk dan sistem 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 keputusan 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 Crosby dalam Blocher, Chen, Cokins dan Lin (2007: 408) yang dialih bahasakan 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 Siregar, dkk (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 Costs*)”.

2.1.1.9.1 Biaya Pencegahan (*Prevention Cost*)

Sejauh ini, cara terbaik bagi perusahaan dalam mengeluarkan uang untuk biaya yang berkaitan dengan mutu adalah dengan menginvestasikannya ke dalam

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 Carter yang dialihbahasakan oleh Krista (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 sistem 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 Siregar, dkk (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 Salman dan Farid (2016: 205) definisi biaya pencegahan (*prevention cost*) adalah biaya yang terjadi dalam mencegah upaya adanya produk dengan kualitas tidak baik.

Menurut Blocher, dkk yang dialihbahasakan oleh M. Yusuf Hamdan dan M. Ramdan Adhi (2012: 486) bahwa biaya pencegahan mencakup:

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

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 instruksi-instruksi 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 dibutuhkan, 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 barang dan jasa.

Menurut 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 produk.

4. Audit Kualitas

Audit Kualitas adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan evaluasi atas pelaksanaan aktivitas dalam perencanaan yang berkualitas.

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”.

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

1. Pelatihan kualitas

Biaya-biaya yang berkaitan dengan penyiapan dan pelaksanaan program-program 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 keseluruh pihak yang berkepentingan.

3. Perakayasa 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.

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

2.1.1.9.2 Biaya Penilaian (*Appraisal Cost*)

Menurut Carter yang dialihbahasakan oleh Krista (2009: 219) 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.

Menurut Siregar, dkk (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. 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.

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 endorsement. The main objective of the appraisal function is to prevent nonconforming goods from being shipped to customers”.

Menurut Blocher, dkk yang dialihbahasakan oleh M. Yusuf Hamdan dan M. Ramdan Adhi (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, mengoperasikan atau menjaga fasilitas, peranti lunak mesin dan instrument untuk menilai atau menaksir mutu dari barang, jasa dan proses”.

Siregar, dkk (2013: 289) mengemukakan bahwa 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 peralatan.

6. Akseptasi proses

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

Menurut 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 konformasi 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 instrument pengukuran dan peralatan.

5. Evaluasi Stok

Evaluasi Stok adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan pengujian produk dalam penyimpanan untuk menilai degradasi kualitas.”

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

2.1.1.9.3 Biaya Kegagalan Internal (*Internal Failure Cost*)

Menurut Carter yang dialihbahasakan 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.

Hansen dan Mowen (2006: 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 scarp, rework, downtime (due to defects), reinspection, retesting, and design changes. These costs disappear if no defects exist”.

Menurut Siregar, dkk (2014: 288) Biaya Kegagalan Internal adalah biaya yang terjadi saat produk dan/atau jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan permintaan atau yang dibutuhkan 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 dikirim kepada pelanggan.

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 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: scarp, 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”.

2.1.1.9.4 Biaya Kegagalan Eksternal (*External Failure Cost*)

Menurut Hansen dan Mowen (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 examples, costs of recalls can run into the hundreds of millions of dollars. Other examples includes lost sales because of poor product performance, returns and allowance 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 yang terjadi pada saat produk dan/ atau jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan permintaan atau kebutuhan konsumen dan diketahui setelah produk disampaikan kepada pelanggan”.

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
7. Kehilangan pangsa pasar

Menurut 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 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 (*Complain 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.”

2.1.1.10 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. Simbol k merupakan nilai yang diestimasi dan

dihitung dengan membagi nilai biaya terestimasi dengan pangkat penyimpangan dari nilai target. Symbol k dihitung dengan cara:

$$k = c \div d$$

Keterangan:

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)

2.1.1.11 Pengelolaan Biaya Kualitas

Menurut para pakar kualitas, suatu perusahaan dengan program pengelolaan kualitas yang berjalan 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:
 - a. Rasio biaya variabel pada awal dan akhir periode tertentu dapat digunakan untuk menghitung penghematan biaya sesungguhnya, atau kenaikan biaya sesungguhnya.

- b. Rasio biaya yang dianggarkan dan rasio sesungguhnya dapat juga digunakan untuk mengukur kemajuan ke arah pencapaian secara periodic.
- c. Untuk biaya tetap, penyempurnaan biaya kualitas dicerminkan oleh perubahan absolut jumlah biaya tetap”.

Menurut Siregar, dkk (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 ksempurnaan 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 bernilai tambah, sedangkan biaya pencegahan dapat dikategorikan sebagai biaya bernilai tambah jika aktivitas pencegahan dapat dijalankan 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 program 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

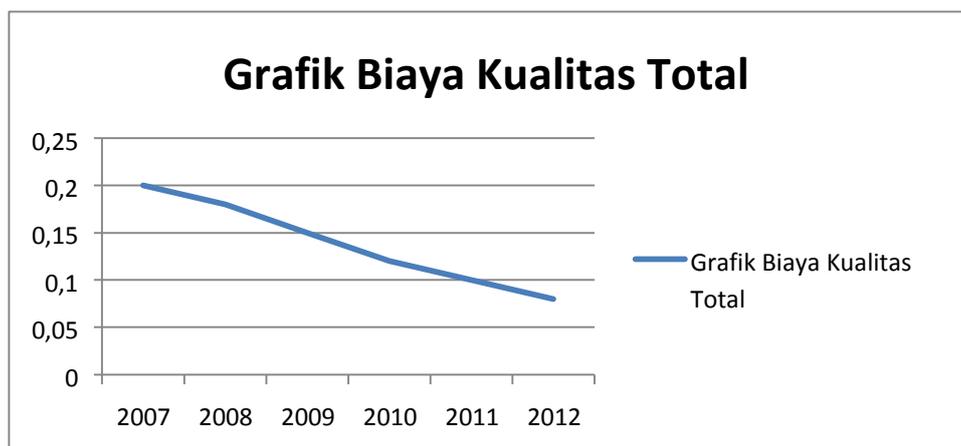
Data Biaya Kualitas

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: Siregar, dkk (2014: 296).

Gambar 2.1

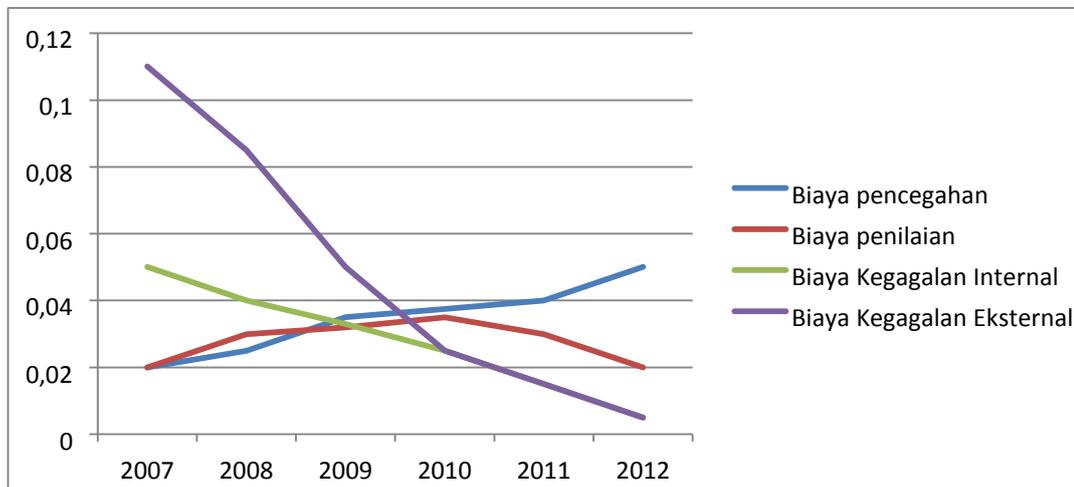
Grafik Biaya Kualitas Total



Sumber: Siregar, dkk (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: Siregar, dkk (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: Siregar, dkk (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.

2.1.1.12 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 dialihbahasakan 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. Biaya fakultatif (biaya pencegahan dan biaya penilaian terhadap penjualan)”.

Menurut Siregar, dkk (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 *manager* 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 dialih bahasakan oleh Deny Arnos Kwary (2012: 12) yaitu:

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

Menurut Hansen, Mowen dan 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 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 *manager* 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 allowance	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 Guan (2009: 501)

2.1.2 Kinerja Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Kinerja Perusahaan

Kinerja adalah hasil yang diperoleh suatu organisasi baik organisasi atau perusahaan tersebut bersifat profit oriented atau non profit oriented yang dihasilkan selama satu periode waktu.

Menurut Amstrong dan Baron dalam Irham Fauzi (2013: 2) kinerja adalah:

“Kinerja adalah hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi atau perusahaan, kepuasan konsumen memberikan kontribusi ekonomi”.

Menurut Moehariono (2012: 95) pengertian kinerja adalah:

“Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi perusahaan yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu perusahaan”.

Kinerja perusahaan mencerminkan prestasi kerja perusahaan dalam mendapatkan laba agar aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Menurut Chaizi Nasucha dalam Irham Fahmi (2012: 3) Kinerja perusahaan adalah:

“Kinerja organisasi atau perusahaan adalah sebagai efektivitas organisasi secara menyeluruh untuk memenuhi kebutuhan yang ditetapkan dari setiap kelompok yang berkenaan dengan usaha-usaha yang sistematis dan meningkatkan kemampuan organisasi secara terus menerus mencapai kebutuhannya secara efektif”.

Menurut Neely dan Adams (2000) dalam Wibowo (2009) pengertian kinerja perusahaan adalah sebagai berikut:

“Kinerja perusahaan adalah sebagai hasil kerja atau prestasi kerja”.

Menurut Payaman J. Simanjatak (2011: 3) pengertian kinerja perusahaan adalah:

“Kinerja perusahaan adalah agregasi atau akumulasi kinerja semua unit – unit organisasi, yang sama dengan penjumlahan kinerja semua orang, atau individu yang bekerja di perusahaan”.

Menurut Sucipto (2003: 6) pengertian kinerja perusahaan adalah:

“Penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba”

Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang dicapai maka dilakukan pengukuran kinerja.

2.1.2.2 Penilaian Kinerja

Kata penilaian sering diartikan dengan *assessment*. Sedangkan kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan (Sumarsan, 2011). Dengan demikian penilaian kinerja perusahaan (*Companies performance assessment*) mengandung makna suatu proses atau sistem penilaian mengenai pelaksanaan kemampuan kerja suatu perusahaan atau organisasi berdasarkan standar tertentu (Kaplan dan Norton, 1996; Lingle dan Schieman, 1996; Brandon & Drtina, 1997).

2.1.2.2.1 Pengertian Penilaian Kinerja

Menurut Mulyadi dan Johny Setyawan (2002: 227) definisi penilaian kinerja yaitu:

“Mendefinisikan mengenai penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional organisasi, bagian organisasi, dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Melalui penilaian kinerja, manager dapat menggunakannya dalam mengambil keputusan penting dalam rangka bisnis perusahaan, seperti menentukan tingkat gaji karyawan, dan sebagainya, serta langkah yang akan diambil untuk masa depan. Sedangkan bagi pihak luar, penilaian kinerja sebagai alat pendeteksi awal dalam memilih alternatif investasi yang digunakan untuk meramalkan kondisi perusahaan di masa yang akan datang.

2.1.2.2.2 Tujuan Penilaian Kinerja

Penilaian kinerja menurut Werther dan Davis (1996: 342) mempunyai beberapa tujuan dan manfaat bagi organisasi dan pegawai yang dinilai, yaitu:

1. *Performance Improvement*, yaitu memungkinkan pegawai dan manager untuk mengambil tindakan yang berhubungan dengan peningkatan kinerja.
2. *Compensation adjustment*, membantu para manager mengambil keputusan untuk menentukan siapa saja yang berhak menerima kenaikan gaji atau sebaliknya.
3. *Placement decision*, menentukan promosi, transfer, dan demotion.
4. *Training and development needs*. mengevaluasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan bagi pegawai agar kinerja mereka lebih optimal.
5. *Carrer planning and development*, memandu untuk menentukan jenis karir dan potensi karir yang dapat dicapai.
6. *Staffing process deficiencie.*, mempengaruhi prosedur perekrutan pegawai.
7. *Informational inaccuracies and job-design errors*, membantu menjelaskan apa saja kesalahan yang telah terjadi dalam manajemen sumber daya manusia terutama di bidang informasi *job-analysis*, *job-design*, dan sistem informasi manajemen sumber daya manusia.
8. *Equal employment opportunity*, menunjukkan bahwa *placement decision* tidak diskriminatif.
9. *External challenges*, kadang – kadang kinerja pegawai dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti keluarga, keuangan pribadi, kesehatan, dan lain-lainnya. Biasanya faktor ini tidak terlalu kelihatan, namun dengan melakukan penilaian kinerja, faktor – faktor eksternal ini akan kelihatan

sehingga membantu departemen sumber daya manusia untuk memberikan bantuan bagi peningkatan kinerja pegawai.

10. *Feedback*, memberikan umpan balik bagi urusan kepegawaian maupun bagi pegawai itu sendiri.

2.1.2.2.3 Manfaat Penilaian Kinerja Perusahaan

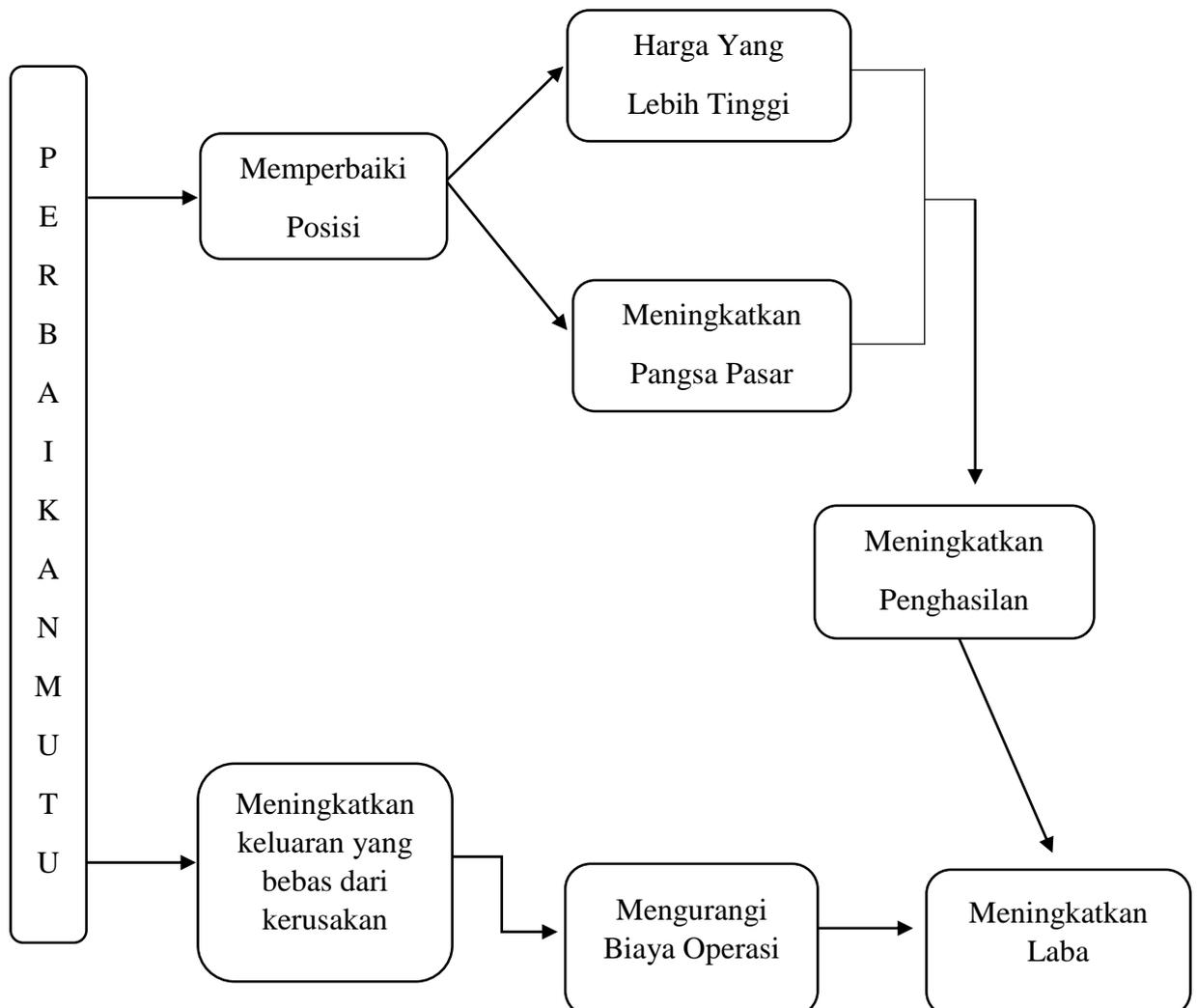
Manfaat dari penilaian kinerja bagi manajemen perusahaan (Mulyadi, 2001: 416) adalah sebagai berikut:

1. Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara maksimum.
2. Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan, seperti: promosi, transfer, dan pemberhentian.
3. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
4. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
5. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.
6. Penghargaan digolongkan dalam 2 (dua) kelompok, yaitu:
 - a. Penghargaan intrinsik, berupa rasa puas diri yang diperoleh seseorang yang telah berhasil menyelesaikan pekerjaannya dengan baik dan telah mencapai sasaran tertentu dengan menggunakan berbagai teknik seperti pengayaan pekerjaan, penambahan tanggung jawab, partisipasi dalam pengambilan keputusan.
 - b. Penghargaan ekstrinsik, terdiri dari kompensasi yang diberikan kepada karyawan, baik yang berupa kompensasi langsung (gaji, honorarium lembur dan hari lembur, pembagian laba, pembagian saham, dan bonus), kompensasi tidak langsung (asuransi kecelakaan, asuransi hari tua, honorarium liburan, dan tunjangan masa sakit), dan kompensasi non keuangan (ruang kerja yang memiliki lokasi istimewa, peralatan kantor yang istimewa, dan tempat parkir luas), dimana ketiganya memerlukan data kinerja karyawan agar penghargaan tersebut dirasakan adil oleh karyawan yang menerima penghargaan tersebut.

Menurut Hadiwiardjo (2009: 94) manfaat – manfaat umum sistem manajemen mutu yang efektif adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan – pelanggan yang puas dan setia karena barang dan jasa lalu diproduksi sesuai dengan kebutuhan – kebutuhan mereka.
2. Biaya – biaya operasional yang kurang sebagai akibat pemborosan dihilangkan dan efisiensi ditingkatkan sebagai salah satu hasil dari penghapusan ketidaksesuaian.
3. Daya saing dan profitabilitas diperbaiki karena biaya – biaya kegiatan operasional berkurang.
4. Semangat pegawai ditingkatkan karena mereka bekerja dengan efisien.

Menurut Nasution (2005: 42), Keuntungan yang didapatkan perusahaan karena menyediakan barang atau jasa berkualitas baik berasal dari pendapatan penjualan yang lebih tinggi dan biaya lebih rendah, gabungan keduanya menghasilkan profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan, seperti tercantum pada gambar berikut.



Hubungan gambar – gambar tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Pasar yang dilayani industri mencakup pelanggan – pelanggan dengan kebutuhan barang dan jasa tertentu.
2. Penelitian pemasaran mengidentifikasi kebutuhan tersebut dan mendefinisikan dalam hal kualitas.
3. Pelanggan menganggap produk dan jasa perusahaan lebih berkualitas dari pesaingnya.
4. Karena beranggapan lebih berkualitas, pelanggan bersedia membayar harga yang relatif tinggi dari para pesaing.
5. Karena beranggapan lebih berkualitas dan harganya lebih tinggi, produk tersebut dianggap memiliki nilai yang relatif tinggi.
6. Nilai yang relatif tinggi menghasilkan kenaikan dalam pangsa pasar.
7. Berkat program kualitasnya, perusahaan dapat mengikuti spesifikasi pelanggan lebih baik daripada pesaing.
8. Efektifitas ini menghasilkan penurunan biaya dengan memproduksi yang dibutuhkan secara benar sejak pertama kali.
9. Penurunan biaya digabungkan dengan pangsa pasar yang lebih luas akan menghasilkan biaya yang lebih rendah dari para pesaing.

10. Gabungan dari keunggulan relatif dibidang harga, pangsa pasar, dan biaya untuk menciptakan profitabilitas serta pertumbuhan perusahaan.

2.1.2.2.4 Metode Penilaian Kinerja

Ada berbagai metode penilaian kinerja yang digunakan selama ini, sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu mencari laba, maka hampir semua perusahaan mengukur kinerjanya dengan ukuran keuangan. Disini pihak manajemen perusahaan cenderung hanya ingin memuaskan *shareholders*, dan kurang memperhatikan ukuran kinerja yang lebih luas yaitu kepentingan *stakeholders*.

Atkinson, et. Al (1995) menyatakan pengukuran kinerja sebagai berikut:

“Performance measurement is perhaps the most important, most misunderstood, and most difficult task in management accounting. An effective system of performance measurement contains critical performance indicator (performance measures) that

- 1) *consider each activity and the organization it self from the customer’s perspective,*
- 2) *evaluate each activity using customer – validated measure of performance,*
- 3) *consider all facets of activity performance that affect customers and, therefore, are comprehensive, and*
- 4) *provide feed-back to help organization members identify problems and opportunities for improvement”.*

Pernyataan diatas mengandung makna bahwa penilaian kinerja sangat penting, kemungkinan memiliki salah pengertian, dan merupakan tugas yang paling sulit dalam akuntansi manajemen. Sistem penilaian kinerja yang efektif sebaiknya mengandung indikator kinerja, yaitu: (1) memperhatikan setiap aktivitas organisasi dan menekankan pada perspektif pelanggan, (2) menilai setiap aktivitas dengan

menggunakan alat ukur kinerja yang menyisahkan pelanggan, (3) memperhatikan semua aspek aktivitas kinerja secara komprehensif yang mempengaruhi pelanggan, dan (4) menyediakan informasi berupa umpan balik untuk membantu anggota organisasi mengenali permasalahan dan peluang untuk melakukan perbaikan. Lebih jauh Atkinson, Banker, Kaplan dan Young (1995) mengatakan bahwa “*the role of performance assessment in helping organization members to manage the value chain*”.

Merujuk pada konsep tersebut, maka penilaian kinerja mengandung tugas – tugas untuk mengukur berbagai aktivitas tingkat organisasi sehingga menghasilkan informasi umpan balik untuk melakukan perbaikan organisasi. Perbaikan organisasi mengandung makna perbaikan manajemen organisasi yang meliputi:

1. perbaikan perencanaan,
2. perbaikan proses, dan
3. perbaikan evaluasi.

Hasil evaluasi selanjutnya merupakan informasi untuk perbaikan “perencanaan-proses-evaluasi” selanjutnya. Proses “perencanaan-proses-evaluasi” harus dilakukan secara terus menerus (*continuous process improvement*) agar faktor stategik (keunggulan bersaing) dapat tercapai.

2.1.2.3 Pengukuran Kinerja Perusahaan

2.1.2.3.1 Pengertian Pengukuran Kinerja Perusahaan

Perbedaan definisi menurut para ahli tentang pengukuran kinerja dan penilaian kinerja adalah sebagai berikut:

Menurut Anderson dan Clancy (Sony Yuwono, dkk, 2002: 21) definisi pengukuran kinerja sebagai berikut:

“feedback from the accountant to management that provides information about how well the action represent the plants; it also identifies where manager may need to make corrections or adjustment in future planning and controlling activities”.

Pengukuran kinerja merupakan suatu tolak ukur atau bagi manajemen perusahaan dalam menentukan kebijakan perusahaan, apakah kinerja perusahaan sudah baik dari segi keuangan maupun non keuangan.

Penilaian kinerja perusahaan dapat diukur dengan ukuran keuangan dan non keuangan. Ukuran keuangan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan dimasa lalu dan ukuran keuangan tersebut dilengkapi dengan ukuran non keuangan tentang kepuasan *customer*, produktivitas dan *costeffectiveness* proses bisnis/intern serta produktivitas dan komitmen personel yang akan menentukan kinerja keuangan masa yang akan datang. Ukuran keuangan menunjukkan akibat dari berbagai tindakan yang terjadi diluar nonkeuangan. Peningkatan *financial returns* yang ditunjukkan dengan ukuran ROE merupakan akibat dari berbagai kinerja operasional seperti:

1. Meningkatnya kepercayaan *customer* terhadap produk yang dihasilkan perusahaan,
2. Meningkatnya produktivitas dan *cost effectiveness* proses bisnis/intern yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk dan jasa,

3. Meningkatnya produktivitas dan komitmen personel. Jadi jika manajemen puncak berkehendak untuk melipat gandakan kinerja keuangan perusahaannya, maka fokus perhatian seharusnya ditujukan untuk memotivasi personel dalam melipat gandakan kinerja di perspektif non keuangan atau operasional, karena disitulah terdapat pemacu sesungguhnya (*the real drivers*) kinerja keuangan berjangka panjang.

Pada perspektif penilaian kinerja yang lebih luas, Hansen dan Mowen (1997) menyatakan sebagai berikut:

“Activity performance measure exist in both financial and non financial forms. These measures are designed to assess how well an activity was performed and the result achieved. They are also designed to reveal if constant improvement is being realized. Measures of activity performance center on three major dimension: (1) efficiency, (2) quality, and (3) time”.

Hal diatas menjelaskan bahwa aktivitas penilaian kinerja terdapat dua jenis pengukuran yaitu; keuangan dan non keuangan. Pengukuran ini dirancang untuk menaksir bagaimana kinerja aktivitas dan hasil akhir yang dicapai. Ada juga penilaian kinerja yang dirancang untuk menyingkap jika terjadi kemandekan perbaikan yang akan dilakukan. Penilaian kinerja aktivitas pusat dibagi kedalam tiga dimensi utama, yaitu:

1. Effisiensi,
2. Kualitas,
3. Waktu

Hal senada juga dijelaskan oleh Kaplan dan Norton, (1996); Lingle dan Schiemann, (1996) pengukuran kinerja non keuangan didesain untuk menilai seberapa baik aktivitas yang berhasil dicapai dan dipusatkan pada tiga dimensi

utama yaitu efisiensi, kualitas, dan waktu. Menurut Dess dan Lumpkin (2003: 90) ada 2 pendekatan yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan yaitu; pendekatan yang pertama analisis rasio keuangan (*financial ratio analysis*) dan pendekatan yang kedua dilihat dari perspektif pihak - pihak yang berkepentingan (*stakeholders perspective*). Dalam *financial ratio analysis* dapat dibedakan atas 5 tipe yaitu;

1. *Short- term solvency or liquidity,*
2. *Long- term solvency measures,*
3. *Asset management (or turn over),*
4. *Profitability,*
5. *Market value*

2.1.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Perusahaan

Kinerja merupakan suatu capaian atau hasil kerja dalam kegiatan atau aktivitas atau program yang telah direncanakan sebelumnya guna mencapai tujuan serta sasaran yang ditetapkan direncanakan oleh suatu organisasi dan dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu yang dipengaruhi oleh suatu organisasi dan dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu yang dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Menurut Atmosoeparto dalam Tangkilisan (2012: 181) mengemukakan bahwa kinerja organisasi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, secara lebih lanjut kedua faktor tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Faktor Eksternal, yang terdiri dari:
 - a. Faktor Politik, yaitu hal yang berhubungan dengan keseimbangan, kekuasaan negara yang berpengaruh pada keamanan dan ketertiban, yang akan mempengaruhi ketenangan organisasi untuk berkarya secara maksimal.

- b. Faktor Ekonomi, yaitu tingkat perkembangan ekonomi yang berpengaruh pada tingkat pendapatan masyarakat sebagai daya beli untuk menggerakkan sektor – sektor lainnya sebagai suatu sistem ekonomi yang lebih besar
 - c. Faktor Sosial, yaitu orientasi nilai yang berkembang di masyarakat, yang mempengaruhi pandangan mereka terhadap etos kerja yang dibutuhkan bagi peningkatan kinerja organisasi.
2. Faktor Internal, yang terdiri dari:
- a. Tujuan organisasi, yaitu apa yang ingin dicapai dan apa yang ingin di produksi oleh suatu organisasi.
 - b. Struktur Organisasi, sebagai hasil desain antara fungsi yang akan dijalankan oleh unit organisasi dengan struktur formal yang ada.
 - c. Sumber Daya Manusia, yaitu kualitas dan pengelolaan anggota organisasi sebagai penggerak jalannya organisasi secara keseluruhan.

2.1.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.4

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Lokasi
1	Rina, dkk (2017)	<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>	Indonesia Stock Exchange
2	Mathius, dkk (2010)	Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan	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. Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya kualitas terhadap tingkat profitabilitas perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji regresi sederhana	The Majesty Hotel And Apartment, Bandung
3	Wahyu Kurniawan (2014)	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat	Hasil penelitian yang dilakukan menyebutkan bahwa biaya pencegahan, biaya	CV Putra Wijaya

		Profitabilitas Perusahaan	penilaian, dan biaya kegagalan internal tidak berpengaruh signifikan terhadap EBIT. Biaya kegagalan eksternal memiliki pengaruh terhadap EBIT.	
4	Rimadhani Martika Sari (2010)	Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Profitabilitas	Secara bersama-sama biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap profitabilitas Hotel Group Dedy Jaya Brebes.	Studi Kasus Hotel Group Dedy Jaya di Kabupaten Brebes Jawa Tengah
5	Alimin Maidin, dkk (2011)	Analisi Biaya Kualitas Terhadap Profitabilitas	Secara parsial, biaya pencegahan dan penilaian memiliki hubungan yang signifikan untuk meningkatkan profitabilitas, sedangkan biaya kegagalan eksternal memiliki hubungan yang signifikan untuk menurunkan profitabilitas. Biaya kegagalan internal tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap profitabilitas unit perawatan VIP Rumah Sakit Stella Maris.	Unit Perawatan VIP Rumah Sakit Stella Maris Makassar

Tabel 2.5

Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Rina Tresnawati, dkk (2017)	<i>The Effect of Efficiency and Quality Cost on Profitability</i>	Sama-sama meneliti tentang biaya kualitas dan profitabilitas	a. Indikator Penelitian b. Waktu Penelitian c. Tempat Penelitian
2	Mathius Tandiontong, dkk (2010)	Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan	Sama-sama meneliti tentang biaya kualitas dan profitabilitas	a. Indikator Penelitian b. Waktu Penelitian c. Tempat Penelitian
3	Wahyu Kurniawan (2014)	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan	Sama-sama meneliti tentang biaya kualitas dan profitabilitas	a. Indikator Penelitian b. Waktu Penelitian c. Tempat Penelitian
4	Rimadhani Martika Sari (2010)	Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Profitabilitas	Sama-sama meneliti tentang biaya kualitas dan profitabilitas	a. Indikator Penelitian b. Waktu Penelitian c. Tempat Penelitian
5	Alimin Malidin, dkk (2011)	Analisis Biaya Kualitas Terhadap Profitabilitas	Sama-sama meneliti tentang biaya kualitas dan profitabilitas	a. Indikator Penelitian b. Waktu 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 Siregar, dkk (2014: 288) biaya kualitas dapat dibedakan menjadi:

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

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

2.2.1 Pengaruh *Prevention Cost* (Biaya Pencegahan) Terhadap Kinerja Perusahaan

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 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.

Teori ini didukung oleh Tandiontong, dkk (2010), bahwa biaya pencegahan terdiri dari biaya perawatan mesin dan peralatan, biaya *training* pekerja dan *paper-stationary printing*. Biaya perawatan mesin dan peralatan merupakan pengeluaran biaya perawatan mesin untuk alat kebersihan kamar yang memberikan dampak positif dalam meningkatkan tingkat hunian kamar. Kamar yang kondisi AC-nya baik akan memberikan kenyamanan dan nilai tambah terhadap penjualan kamar.

Selanjutnya ada biaya *training* pekerja yang terdiri dari biaya pendidikan dan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan mutu terhadap hunian di dalam hotel. Dengan meningkatnya penjualan kamar hotel secara tidak langsung akan meningkatkan tingkat profitabilitas hotel, karena dengan adanya biaya perawatan mesin dan peralatan, biaya training pekerja dan *paper-stationary printing* akan meningkatkan mutu hotel.

Biaya pencegahan dan penilaian memiliki nilai korelasi positif terhadap profitabilitas, yang berarti bahwa peningkatan biaya pencegahan dan penilaian dapat meningkatkan profitabilitas unit perawatan VIP Rumah Sakit Stella Maris. Dengan demikian, pihak rumah sakit perlu meningkatkan alokasi biaya pencegahan dan penilaian untuk mendukung program peningkatan kualitas pelayanan di unit keperawatan VIP Rumah Sakit Stella Maris melalui perencanaan anggaran pengawasan operasional yang baik. (Maidin, 2011)

Berdasarkan beberapa ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa semakin tinggi biaya pencegahan (*prevention cost*) maka akan menurunkan biaya kegagalan (*failure cost*) dan akan meningkatkan tingkat profitabilitas. Profitabilitas adalah salah satu ukuran atau penentuan dari kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan mencerminkan prestasi kerja perusahaan dalam mendapatkan laba agar aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis membuat hipotesis kesatu yaitu:

H₁ = Terdapat Pengaruh *Prevention Cost* (Biaya Pencegahan) Terhadap Kinerja Perusahaan

2.2.2 Pengaruh *Appraisal Cost* (Biaya Penilaian) Terhadap Kinerja Perusahaan

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 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.

Teori ini didukung oleh penelitian Kurniawan (2014), apabila biaya penilaian Hotel ditingkatkan maka profitabilitas yang didapat Hotel akan meningkat. Sedangkan menurut Maidin (2011), biaya pencegahan dan penilaian memiliki nilai korelasi positif terhadap profitabilitas, yang berarti bahwa peningkatan biaya pencegahan dan penilaian dapat meningkatkan profitabilitas unit perawatan VIP Rumah Sakit Stella Maris. Dengan demikian, pihak rumah sakit perlu meningkatkan alokasi biaya pencegahan dan penilaian untuk mendukung

program peningkatan kualitas pelayanan di unit keperawatan VIP Rumah Sakit Stella Maris melalui perencanaan anggaran pengawasan operasional yang baik.

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 akan meningkatkan tingkat profitabilitas. Profitabilitas adalah salah satu ukuran atau penentuan dari kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan mencerminkan prestasi kerja perusahaan dalam mendapatkan laba agar aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis membuat hipotesis kedua yaitu:

H₂ = Terdapat Pengaruh *Appraisal Cost* (Biaya Penilaian) Terhadap Kinerja Perusahaan

2.2.3 Pengaruh *Internal Failure Cost* (Biaya Kegagalan Internal) Terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut Gaspersz (2001: 169), biaya kegagalan internal adalah biaya-biaya yang berhubungan dengan kesalahan dan nonkonformasi (*errors and nonconformance*) yang ditemukan sebelum menyerahkan produk itu ke pelanggan. Biaya-biaya ini tidak akan muncul apabila tidak ditemukan kesalahan atau nonkonformasi dalam produk sebelum pengiriman. Biaya nonkonformasi 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.

Teori ini didukung oleh Maidin (2011), menyatakan bahwa Rumah Sakit Stella Maris perlu menekan biaya kegagalan internal dan eksternal dengan mengalokasikan biaya control (biaya pencegahan dan penilaian) yang dapat dipergunakan untuk pengendalian kualitas secara berkesinambungan sehingga dapat meningkatkan profitabilitas unit perawatan VIP Rumah Sakit Stella Maris.

Berdasarkan ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya kegagalan internal (*internal 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. Profitabilitas adalah salah satu ukuran atau penentuan dari kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan mencerminkan prestasi kerja perusahaan dalam mendapatkan laba agar aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis membuat hipotesis ketiga yaitu:

H₃ = Terdapat Pengaruh *Internal Failure Cost* (Biaya Kegagalan Internal) Terhadap Kinerja Perusahaan

2.2.4 Pengaruh *External Failure Cost* (Biaya Kegagalan Eksternal) Terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut Blocher, dkk (2007) dalam penelitian terdahulu 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.

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”.

Teori ini didukung oleh Maidin (2011), menyatakan bahwa Rumah Sakit Stella Maris perlu menekan biaya kegagalan internal dan eksternal dengan mengalokasikan biaya kontrol (biaya pencegahan dan penilaian) yang dapat dipergunakan untuk pengendalian kualitas secara berkesinambungan sehingga dapat meningkatkan profitabilitas unit perawatan VIP Rumah Sakit Stella Maris.

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. Profitabilitas adalah salah satu ukuran atau penentuan dari kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan mencerminkan prestasi kerja perusahaan dalam mendapatkan laba agar aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis membuat hipotesis keempat yaitu:

H₄ = Terdapat Pengaruh *External Failure Cost* (Biaya Kegagalan Eksternal) terhadap Kinerja Perusahaan

2.2.5 Pengaruh *Prevention Cost*, *Appraisal Cost*, *Internal Failure Cost*, dan *External Failure Cost* terhadap Kinerja Perusahaan

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 persentase biaya kualitas total semakin rendah, maka program peningkatan kinerja semakin efektif dan efisien. (Gaspersz, 2011: 237).

Menurut Hansen dan Mowen (2006: 668), menjelaskan hubungan antara biaya pencegahan dan profitabilitas sebagai berikut:

“Improving quality can produce significant improvement in profitability and overall efficiency”.

Teori ini didukung oleh Susanti (2012), biaya kualitas yang terjadi 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 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 atau disebut juga *Return On Assets* (ROA) yang merupakan salah satu ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan.

Tresnawati, dkk (2017) mengungkapkan *“The result have shown that costs of quality significantly influence the profitability level. The low profitability of*

companies caused by lower maintenance and repair costs caused the increase of internal failure costs and external failure costs. Based on the result of research in industry companies listed on the Indonesian Stock Exchange period 2010 – 2013, it showed that the high profitability is influenced by the high cost of quality resulting in lower internal failure costs and external costs, so as to increase sales of products which impact on increased profitability”.

Berdasarkan beberapa ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya kualitas (*prevention cost, appraisal cost, internal failure cost, dan external failure cost*) semakin baik kualitas yang dihasilkan secara tidak langsung dapat meningkatkan pangsa pasar melalui peningkatan penjualan produk berkualitas yang dapat meningkatkan rasio perputaran aktiva atau disebut dengan *Return On Assets* (ROA) yang merupakan salah satu ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan. akan meningkatkan tingkat profitabilitas. Profitabilitas adalah salah satu ukuran atau penentuan dari kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan mencerminkan prestasi kerja perusahaan dalam mendapatkan laba agar aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

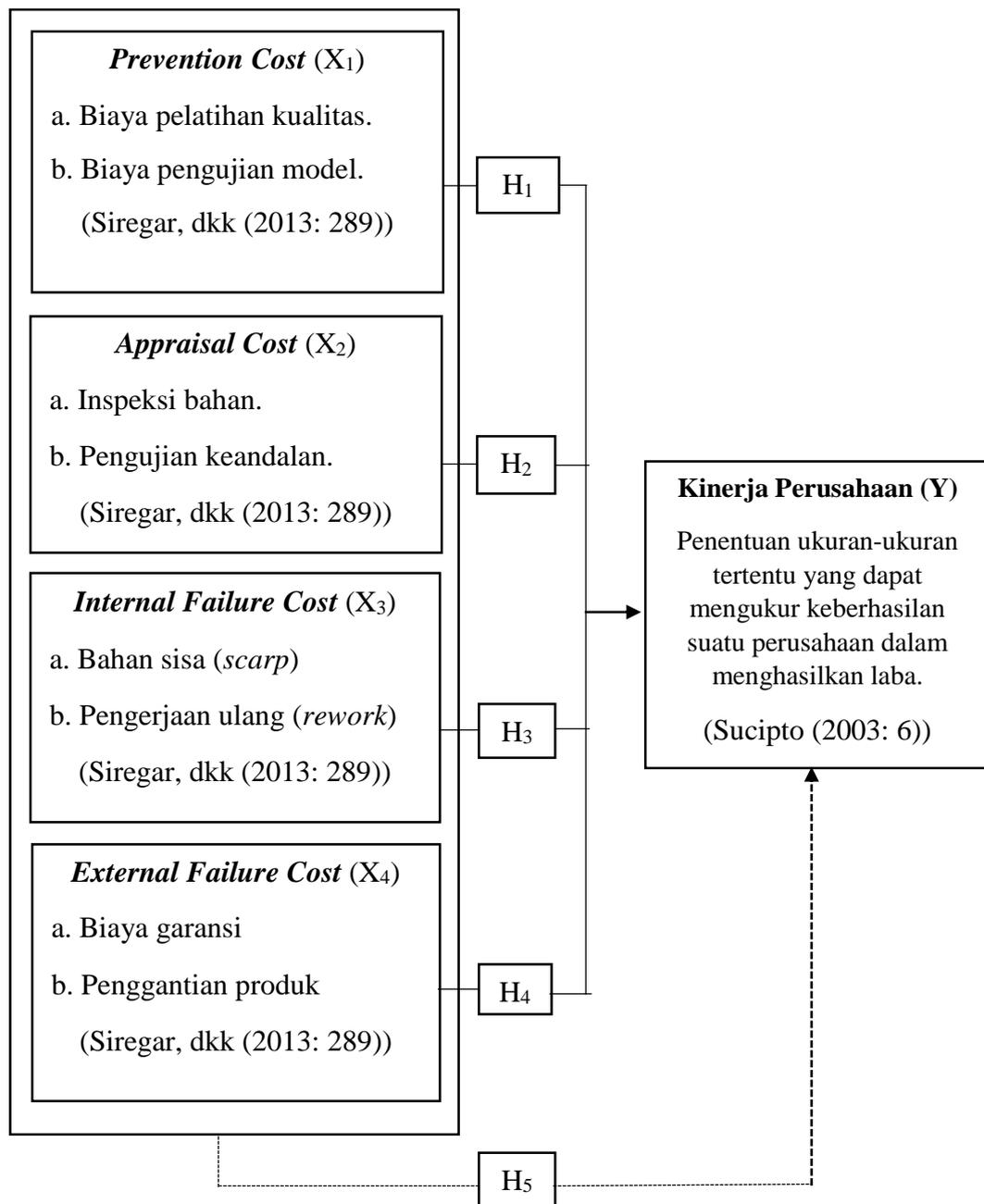
Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis membuat hipotesis kelima yaitu:

H₅ = Terdapat Pengaruh *Prevention Cost, Appraisal Cost, Internal Failure Cost, dan External Failure Cost* terhadap Kinerja Perusahaan

2.2.6 Bagan Kerangka Pemikiran

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

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:

- H₁ = Terdapat Pengaruh signifikan *Prevention Cost* (Biaya Pencegahan) terhadap Kinerja Perusahaan
- H₂ = Terdapat Pengaruh signifikan *Appraisal Cost* (Biaya Penilaian) terhadap Kinerja Perusahaan
- H₃ = Terdapat Pengaruh signifikan *Internal Failure Cost* (Biaya Kegagalan Internal) terhadap Kinerja Perusahaan
- H₄ = Terdapat Pengaruh signifikan *External Failure Cost* (Biaya Kegagalan Eksternal) terhadap Kinerja Perusahaan
- H₅ = Terdapat Pengaruh signifikan *Prevention Cost, Appraisal Cost, Internal Failure Cost, dan External Failure Cost* terhadap Kinerja Perusahaan