

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 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. Harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan disebut biaya.

Menurut Mulyadi (2014: 8), dalam arti luas biaya adalah “pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”. Sedangkan menurut Baldric dkk (2013: 23), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang”.

Menurut Firdaus (2012:22) Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang. Dari pengertian biaya menurut beberapa para ahli dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan ekonomi yang diukur dengan satuan uang dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan.

2.1.1 Klasifikasi Biaya

Dalam memahami biaya sebuah perusahaan manufaktur akan bermanfaat dalam memahami biaya pada berbagai jenis organisasi. Istilah manufaktur disini memiliki pengertian berupa aktivitas mengubah *input* seperti misalnya bahan baku ke dalam bentuk yang memiliki nilai yang lebih besar bagi para konsumen. Dalam pengertian yang lebih luas, manufaktur dapat saja mencakup kegiatan yang dilakukan oleh persahaan jasa.

Menurut krismiaji (2019:18) biaya biaya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu :

1. Biaya Manufaktur

Perusahaan manufaktur membagi biaya manufaktur ke dalam 3 kelompok yaitu:

- a. Biaya bahan baku
Bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi disebut bahan baku. Istilah bahan baku tidak hanya berupa bahan mentah seperti kayu, biji besi, dan lain-lain namun secara umum bahan baku adalah semua bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi, dan produk jadi yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan dapat menjadi bahan baku bagi perusahaan lain.
 - b. Biaya tenaga kerja
Istilah biaya tenaga kerja langsung digunakan untuk biaya tenaga kerja yang dapat dengan mudah secara fisik dan menyakinkan ditelusuri ke produk. Tenaga kerja langsung kadang-kadang disebut dengan *touch labor* karena tenaga kerja tersebut menangani secara langsung produk yang di buat.
 - c. Biaya *overhead* pabrik
Semua biaya yang tidak termasuk kedalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Kategori biaya overhead memuat berbagai item yang luas. Banyak input yang diperlukan dalam membuat sebuah produk ataupun jasa.
2. Biaya non-manufaktur
Secara umum, biaya non-faktur dikelompokkan menjadi 2 yaitu:
- a. Biaya pemasaran
Biaya pemasaran adalah seluruh biaya yang diperlukan untuk memperoleh pesanan pelanggan dan menyampaikan produk ke tangan pelanggan. Biaya pemasaran sering disebut dengan istilah *order getting and order filling costs*.
 - b. Biaya administrasi
Mencakup seluruh biaya pengoperasia perusahaan yang berkaitan dengan manajemen umum.

2.2 Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok penjualan adalah biaya yang dikeluarkan dalam suatu proses produksi barang dan jasa yang dapat dihubungkan secara langsung dengan aktivitas proses yang membuat produk barang dan jasa yang siap di jual. Menurut Zinia (2013 : 456) Harga pokok penjualan (HPP) adalah salah satu komponen dari laporan laba rugi, yang menjadi perhatian manajemen perusahaan dalam mengendalikan operasional perusahaan.

Menurut Mulyadi (2010:17) Harga pokok produksi yaitu biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk jadi. Sedangkan menurut Bustami (2013: 48) harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa harga

pokok produksi adalah biaya dikeluarkan pada saat melakukan bahan baku untuk membuat suatu produk yang siap dijual atau produk jadi.

2.2.1 Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Dalam memproduksi suatu produk akan diperlukan beberapa biaya untuk mengolah bahan mentah menjadi produk jadi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku menurut Salman (2013:26) adalah penggunaan bahan baku yang dimasukkan ke dalam proses produksi untuk menghasilkan produk jadi. Bahan baku meliputi bahan-bahan yang dipergunakan untuk memperlancarkan proses produksi atau disebut bahan baku penolong dan bahan baku pembantu. Bahan baku dapat dibedakan menjadi bahan baku langsung dan bahan baku tidak langsung, bahan baku langsung disebut dengan biaya bahan baku langsung sedangkan bahan baku tidak langsung disebut biaya *overhead* pabrik.

Dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli saja, tetapi juga mengeluarkan biaya pembelian, pergudangan, dan biaya perolehan lainnya. Harga bahan baku terdiri dari harga beli ditambah dengan biaya pembelian dan biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan bahan baku tersebut dalam keadaan siap di olah. Biaya bahan baku langsung semua biaya bahan yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan dalam kalkulasi biaya produksi.

b. Biaya Tenaga Kerja

Biaya Tenaga Kerja Biaya tenaga kerja dibagi menjadi dua kelompok yaitu biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan. Sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada

karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan.

Biaya tenaga kerja langsung menurut Salman (2013: 26) adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk membayar pekerja yang terkait langsung dengan proses produksi untuk menghasilkan produk jadi. Biaya tenaga kerja yang digunakan adalah jumlah biaya yang dibayarkan kepada setiap karyawan yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. Dimana sistem pembayaran yang digunakan adalah sistem pembayaran upah karyawan.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik menurut Salman (2013: 26) adalah biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik meliputi biaya bahan pembantu atau penolong biaya penyusutan aktiva pabrik, biaya sewa gedung pabrik, dan biaya overhead lain-lain.

2.2.2 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2014:26) menyatakan terdapat dua metode dalam penentuan harga pokok produksi yaitu dengan metode *full costing* dan metode *variable costing* yaitu:

a. *Full Costing*

Yaitu metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang bersifat variabel maupun tetap yang dibebankan ke produk atas dasar tarif yang ditentukan dimuka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya overhead pabrik sesungguhnya. Metode perhitungan harga pokok penuh juga berguna untuk keperluan pelaporan pada pihak eksternal.

b. *Variable Costing*

Yaitu metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan unsur biaya produksi yang bersifat variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya

tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Dalam metode ini biaya *overhead* tetap tidak diperhitungkan sebagai biaya periode yang akan dibebankan dalam laporan Laba Rugi tahun berjalan. Metode *variable costing* ini banyak diterapkan bagi keperluan internal, karena metode ini dianggap konsisten dengan asumsi perilaku biaya yang digunakan dalam pengambilan keputusan manajemen.

2.3 Pengertian Biaya Kualitas

Biaya Kualitas adalah biaya-biaya yang timbul dalam penanganan masalah kualitas/mutu baik dalam rangka meningkatkan kualitas maupun biaya yang timbul akibat kualitas yang buruk. Biaya kualitas dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu biaya kualitas yang berkaitan dengan aktivitas pengendalian (*control activity*) dan biaya yang berkaitan dengan aktivitas kegagalan.

Menurut Krismiaji (2019:392) biaya kualitas adalah biaya yang terjadi karena kualitas produk yang dihasilkan rendah. Dengan demikian biaya kualitas berhubungan dengan kreasi, identifikasi, reparasi, dan pencegahan terjadinya produk yang tidak sempurna atau cacat.

Biaya kualitas yang dapat diamati (*observable quality costs*) adalah biaya-biaya yang tersedia atau dapat diperoleh dari catatan akuntansi perusahaan, misalnya biaya perencanaan kualitas, biaya pemeriksaan distribusi dan biaya pengerjaan ulang. Biaya kualitas yang tersembunyi (*hidden costs*) adalah biaya kesempatan atau *opportunity* yang terjadi karena kualitas produk yang buruk dan biasanya biaya *opportunity* tidak disajikan dalam catatan apakah produk dan jasa telah sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan pelanggan. Biaya penilaian juga terkait dengan kegiatan pemeriksaan produk untuk memastikan bahwa produk-produk ini telah memenuhi persyaratan konsumen internal dan eksternal.

1. Biaya Pencegahan (*Prevention Cost*)

Menurut Krismiaji (2019:392), Biaya Pencegahan (*Prevention Cost*) adalah biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya cacat pada produk atau jasa yang dihasilkan. Jika diharapkan *cost of failure* turun. Dengan demikian, biaya pencegahan dikeluarkan untuk menurunkan jumlah produk yang tidak memenuhi syarat.

2. Biaya Penilaian (*Appraisal Cost*)

Menurut Widyastuti (2017:173) Biaya Penilaian adalah biaya yang terjadi untuk mendeteksi kegagalan produk. Biaya penilaian terdiri atas biaya inspeksi dan pengujian bahan baku, biaya inspeksi produk selama dan setelah proses produksi, serta biaya untuk memperoleh informasi dari pelanggan mengenai kepuasan mereka atas produk tersebut.

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

Biaya kegagalan internal adalah biaya yang terjadi jika produk dan jasa tidak sesuai dengan spesifikasi atau kebutuhan pelanggan dan hal ini diketahui sebelum produk dikirimkan kepada pihak di luar perusahaan. Biaya ini tidak akan muncul jika tidak ada kerusakan/cacat pada produk.

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

Biaya yang terjadi jika barang dan jasa gagal/tidak sesuai dengan spesifikasi atau memuaskan pelanggan setelah produk dan jasa tersebut sampai di tangan pelanggan.

2.3.1 Jenis-Jenis Biaya Kualitas atau Biaya Mutu

Jenis – jenis biaya kualitas menurut Widyastuti (2017:173), biaya mutu dapat dikelompokkan ke dalam 3 klasifikasi besar:

1. Biaya Pencegahan (*prevention cost*)

Biaya Pencegahan adalah biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya kegagalan produk. Biaya pencegahan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendesain produk dan sistem produk bermutu tinggi, termasuk biaya untuk menerapkan dan memelihara sistem-sistem tersebut. Pencegahan kegagalan produk dimulai dengan mendesain mutu didalam produk dan proses produksi. Komponen-komponen dan peralatan bermutu tinggi harus digunakan. Pemeliharaan preventif harus dilakukan secara berkala atas peralatan dan mesin untuk mempertahankan untuk mutu yang tinggi. Karyawan harus dilatih dengan baik dan bermotivasi tinggi seluruh karyawan mulai dari manajemen puncak sampai setiap pekerja di pabrik harus terus menerus mencari cara untuk memperbaiki mutu produk.

2. Biaya Penilaian (*appraisal cost*)

Biaya Penilaian adalah biaya yang terjadi untuk mendeteksi kegagalan produk. Biaya penilaian terdiri atas biaya inspeksi dan pengujian bahan baku, biaya inspeksi produk selama dan setelah proses produksi, serta biaya untuk memperoleh informasi dari pelanggan mengenai kepuasan mereka atas produk tersebut.

3. Biaya Kegagalan (*failure cost*)

Biaya kegagalan adalah biaya yang terjadi ketika suatu produk gagal. Kegagalan tersebut dapat 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 garansi, biaya untuk menangani keluhan pelanggan, dan biaya hilangnya penjualan akibat ketidakpuasan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis didalam menentukan biaya kualitas ialah biaya pencegahan supaya tidak terjadinya produk cacat, biaya penilaian agar dapat memperbaiki kualitas yang sudah ada, biaya kegagalan internal ialah biaya dikeluarkan pada saat produk tersebut telah cacat untuk dijadikan barang dengan kualitas yang akan lebih baik lagi, dan biaya kegagalan eksternal ialah biaya yang sudah disiapkan ketika terjadinya pengembalian produk setelah di pasarkan (*return*).

2.3.2 Dimensi Kualitas

Dimensi kualitas produk menurut Baldrice, dkk (2013: 286) mengemukakan, bahwa kualitas produk memiliki beberapa dimensi antara lain:

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.

2.3.3 Faktor-Faktor Mendasarkan yang Mempengaruhi Kualitas

Pada masa sekarang ini industri disetiap bidang bergantung pada sejumlah besar kondisi yang membebani produksi melalui suatu cara yang tidak pernah dialami dalam periode sebelumnya. Menurut Assauri (2011:362) mengatakan bahwa:

1. Pasar (*Market*)
Jumlah produk baru dan baik yang ditawarkan di pasar terus bertumbuh pada laju yang eksplosif. Pelanggan diarahkan untuk mempercayai bahwa ada sebuah produk yang dapat memenuhi hampir setiap kebutuhan. Pasar menjadi lebih besar ruang lingkungannya dan secara fungsional lebih terspesialisasi di dalam barang yang ditawarkan.
2. Uang (*Money*)
Meningkatnya persaingan dalam banyak bidang bersamaan dengan fluktuasi ekonomi dunia telah menurunkan batas (*margin*) laba. Pada waktu yang bersamaan, kebutuhan akan otomasi dan pemekanisan mendorong pengeluaran yang besar untuk proses dan perlengkapan yang baru. Penambahan investasi pabrik, harus dibayar melalui naiknya produktivitas, menimbulkan kerugian yang besar dalam memproduksi disebabkan oleh barang pabrikan dan pengulangkerjaan yang sangat serius.
3. Manajemen (*Management*)
Tanggung jawab kualitas telah didistribusikan antara beberapa kelompok khusus. Sekarang bagian pemasaran melalui fungsi perencanaan produknya, harus membuat persyaratan produk. Bagian perancangan bertanggung jawab merancang produk yang akan memenuhi persyaratan itu. Bagian produksi mengembangkan dan memperbaiki kembali proses untuk memberikan kemampuan yang cukup dalam membuat produk sesuai dengan spesifikasi rancangan. Bagian pengendalian kualitas merencanakan pengukuran kualitas pada seluruh aliran proses yang menjamin bahwa hasil akhir memenuhi persyaratan kualitas dan kualitas pelayanan, setelah produk sampai pada pelanggan menjadi bagian yang penting dari paket produk total.
4. Manusia (*Man*)
Pertumbuhan yang cepat dalam pengetahuan teknis dan penciptaan seluruh bidang baru seperti elektronika komputer menciptakan suatu permintaan yang besar akan pekerja dengan pengetahuan khusus. Pada waktu yang sama situasi ini menciptakan permintaan akan ahli teknik sistem yang akan mengajak semua bidang spesialisasi untuk bersama merencanakan, menciptakan dan mengoperasikan berbagai sistem yang akan menjamin suatu hasil yang diinginkan.

5. *Motivasi (Motivation)*
 Penelitian tentang motivasi manusia menunjukkan bahwa sebagai hadiah tambahan uang, para pekerja masa kini memerlukan sesuatu yang memperkuat rasa keberhasilan di dalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara pribadi memerlukan sumbangan atas tercapainya tujuan perusahaan. Hal ini membimbing ke arah kebutuhan yang tidak ada sebelumnya yaitu pendidikan kualitas dan komunikasi yang lebih baik tentang kesadaran kualitas.
6. *Bahan (Material)*
 Disebabkan oleh biaya produksi dan persyaratan kualitas, para ahli teknik memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat daripada sebelumnya. Akibatnya spesifikasi bahan menjadi lebih ketat dan keanekaragaman bahan menjadi lebih besar.
7. *Mesin dan Mekanis (Machine and Mecanization)*
 Permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah mendorong penggunaan perlengkapan pabrik yang menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan ke dalam mesin tersebut. Kualitas yang baik menjadi faktor yang kritis dalam memelihara waktu kerja mesin agar fasilitasnya dapat digunakan sepenuhnya.
8. *Metode Informasi Modern (Modern Information Method)*
 Evolusi teknologi komputer membuka kemungkinan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, memanipulasi informasi pada skala yang tidak terbayangkan sebelumnya. Teknologi informasi yang baru ini menyediakan cara untuk mengendalikan mesin dan proses selama proses produksi dan mengendalikan produk bahkan setelah produk sampai ke pelanggan. Metode pemrosesan data yang baru dan konstan memberikan kemampuan untuk manajemen informasi yang bermanfaat, akurat, tepat waktu dan bersifat ramalan mendasari keputusan yang membimbing masa depan bisnis.
9. *Persyaratan Proses Produksi (Mounting Product Requirement)*
 Kemajuan yang pesat dalam perancangan produk, memerlukan pengendalian yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan produk. Meningkatnya persyaratan prestasi yang lebih tinggi bagi produk menekankan pentingnya keamanan dan keterandalan produk.

2.3.4 Manajemen Mutu Total

Untuk dapat bertahan dilingkungan bisnis yang kompetitif, suatu perusahaan harus menyediakan produk bermutu dengan harga yang wajar. Untuk menghilangkan mutu yang buruk, produsen kelas dunia mengadopsi filosofi manajemen total. Menurut Widyastuti (2017:173) Manajemen mutu total (*total quality management*) adalah pendekatan tingkat perusahaan terhadap perbaikan mutu yang berusaha untuk memperbaiki mutu di semua proses dan aktivitas.

Filosofi ini telah berkembang menjadi lebih dari sekedar suatu tujuan dari bisnis yang dikelola dengan baik. TQM telah menjadi filosofi yang mengakar dan suatu cara untuk menjalankan bisnis yang berlaku bagi bidang fungsional dan karyawan perusahaan. Oleh karena produk dan proses produksi suatu perusahaan berbeda dengan perusahaan lain, maka pendekatannya terhadap TQM juga berbeda jauh.

Karakteristik bersifat umum menurut Widyastuti (2017:173) yaitu:

1. Tujuan perusahaan bagi semua aktivitas bisnisnya adalah untuk melayani pelanggan. Produk sampai titik tertentu tidak hanya terbatas pada barang berwujud saja, melainkan termasuk jasa juga dan pelanggan tidak hanya terbatas pada pembeli produk perusahaan, melainkan juga termasuk orang-orang di dalam perusahaan yang menggunakan atau memperoleh manfaat dari output aktivitas internal. Karyawan diharuskan untuk mengidentifikasi pelanggan mereka, serta menentukan kebutuhan dan prioritas pelanggan tersebut melalui proses interaksi dengan mereka. Secara internal, proses ini diterjemahkan menjadi produsen dari produk (atau jasa) yang bertemu dengan pengguna. Secara eksternal, proses ini membutuhkan riset pasar dan umpan balik dari pelanggan. Produsen tidak dapat mengasumsikan bahwa mereka mengetahui apa yang terbaik bagi pelanggan.
2. Manajemen puncak memimpin secara aktif dalam perbaikan mutu. Di perusahaan-perusahaan yang berhasil, CEO memimpin secara aktif dalam program perbaikan mutu. Komitmen dan keterlibatan manajemen puncak diperlukan untuk menyediakan arahan dan untuk memotivasi karyawan di semua tingkatan agar bekerja sama guna memperbaiki mutu produk. Karyawan akan terlibat secara aktif hanya jika mereka mengerti pentingnya perbaikan mutu bagi perusahaan, dan partisipasi aktif dari manajemen puncak menunjukkan seberapa pentingnya hal tersebut.
3. Semua karyawan terlibat secara aktif dalam perbaikan mutu. Memperbaiki mutu adalah suatu cara untuk menjalankan bisnis yang berlaku bagi setiap bagian dan setiap tingkatan di perusahaan. Semua karyawan pasti menghasilkan suatu produk, walaupun kebanyakan adalah untuk konsumsi internal. Oleh karena itu, membiarkan mutu yang buruk untuk terus terjadi dibagian mana pun dari perusahaan dapat menyebabkan hal ini menyebar ke bagian-bagian lainnya. TQM mengharuskan keterlibatan aktif dari seluruh karyawan di semua tingkatan untuk terus menerus secara aktif mencari cara guna memperbaiki mutu dari proses-proses yang ada di dalam kendali mereka masing-masing.
4. Perusahaan memiliki sistem untuk mengidentifikasi masalah mutu, mengembangkan solusi, dan menetapkan tujuan perbaikan mutu. Sejumlah sistem yang berbeda digunakan oleh perusahaan yang berbeda. Tetapi pada umumnya, sistem-sistem ini terdiri atas

pengaturan kelompok karyawan ke dalam tim mutu atau lingkaran mutu yang bertemu secara teratur untuk mendiskusikan masalah mutu.

5. Perusahaan menghargai karyawannya dan memberikan pelatihan terus menerus serta pengakuan atas pencapaian. Bahkan di perusahaan yang sangat terotomatisasi sekalipun, sumber daya manusia merupakan aset perusahaan yang paling berharga. Manusia yang melakukan perencanaan, desain, dan pengaturan: sedangkan mesin tidak perusahaan yang berjuang untuk memperbaiki mutu mengakui bahwa karyawan yang berlatih baik dan bermotivasi tinggi merupakan hal yang sangat penting. Perusahaan yang berhasil menyediakan pelatihan yang spesifik untuk pekerjaan tertentu yang didesain untuk memperbaiki kinerja. Pelatihan semacam ini sangat penting untuk pekerjaan-pekerjaan yang sangat teknis. Beberapa perusahaan juga memberikan pendidikan yang lebih umum sifatnya.

2.3.5 Mengukur dan Melaporkan Biaya Kualitas

Agar berhasil dalam memantau biaya mutu serta mengevaluasi perbaikan, akuntan manajemen harus dapat mengukur biaya kualitas. Biaya mutu kebanyakan perusahaan cukup tinggi. melaporkan biaya mutu juga menyediakan arahan dengan mengidentifikasi peluang untuk perbaikan yang substansial.

Kebanyakan biaya dari berbagai jenis kegagalan produk dapat diukur dan dilaporkan setiap periode. Volume bahan baku sisa, barang cacat, pengerjaan kembali, perbaikan dan penggantian selama masa garansi, dan penanganan keluhan pelanggan dapat dipantau, dihitung biayanya dan dilaporkan ke manajemen per kuartal, per bulan atau lebih sering lagi. Biaya kegagalan kegagalan semacam ini dapat ditelusuri dan dilaporkan untuk setiap pusat biaya. Akan tetapi, manajemen puncak sebaiknya tidak mencoba untuk menggunakan informasi biaya terinci semacam itu untuk membebaskan tanggung jawab atas kegagalan kegagalan tersebut. Biaya kegagalan dapat disebabkan oleh komponen-komponen bermutu rendah dari pemasok, mesin yang usang, desain produk yang buruk, atau faktor-faktor lain diluar kendali seorang manajer pusat biaya. Meskipun demikian, laporan terinci menyediakan suatu cara untuk mengidentifikasi masalah mutu yang harus diperhatikan oleh tim mutu yang terdiri atas karyawan dari area-area yang terpengaruh. Jika biaya yang terlibat cukup signifikan, manajemen puncak sebaiknya berpartisipasi secara aktif dalam tim tersebut.

2.3.6 Manfaat Informasi Biaya Kualitas

Informasi tentang biaya kualitas memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Informasi biaya kualitas membantu para manajer melihat dari sisi keuangan hal-hal yang terkait dengan produk cacat. Para manajer biasanya tidak sadar dengan besarnya biaya kualitas karena biaya-biaya ini terkait beberapa departemen serta tidak dapat ditelusuri dan diakumulasi secara normal oleh sistem biaya. Maka dari itu, ketika pertama kali disajikan dengan laporan biaya kualitas, para manajer sering kali terkejut dengan jumlah biaya yang diakibatkan oleh kualitas yang buruk.
2. Informasi biaya kualitas membantu para manajer mengidentifikasi hal-hal penting dari masalah-masalah kualitas yang dihadapi perusahaan. Sebagai contoh, laporan biaya kualitas dapat memperlihatkan bahwa sisa bahan adalah masalah kualitas yang utama atau bahwa perusahaan mengeluarkan biaya garansi dalam jumlah besar. Dengan adanya informasi ini, para manajer mempunyai ide yang lebih bagus mengenai dimana harus memfokuskan usaha-usaha perbaikan kualitas produk perusahaan.
3. Informasi biaya kualitas membantu para manajer melihat keberadaan biaya-biaya kualitas yang disistribusikan secara tidak baik. Umumnya, biaya-biaya kualitas seharusnya lebih difokuskan pada aktivitas-aktivitas pencegahan dan penilaian daripada aktivitas-aktivitas kegagalan.

2.3.7 Kelemahan Informasi Biaya Kualitas

Kelemahan Informasi Biaya Kualitas Selain manfaat-manfaat yang telah dijelaskan sebelumnya, informasi biaya kualitas juga memiliki kelemahan-kelemahan, yaitu:

1. Biaya kualitas hanya mengukur dan melaporkan biaya kualitas. Namun, laporan semata tidak akan dapat memecahkan masalah kualitas apapun. Masalah hanya dapat diselesaikan dengan mengambil tindakan.

2. Hasil yang diperoleh pada program peningkatan kualitas biasanya di bawah target yang diharapkan. Pada awalnya, ketika sistem pengendalian kualitas didesain dan ditempatkan, total biaya kualitas dapat meningkat. Penurunan pada biaya kualitas tidak akan terjadi sampai program kualitas telah memberikan pengaruh untuk satu tahun atau lebih.
3. Biaya kualitas yang paling penting, yaitu kehilangan penjualan dari konsumen yang kecewa, biasanya diabaikan dari laporan biaya kualitas karena hal itu sangat sulit untuk diukur dan dikirakan.

2.3.8 Peningkatan Mutu Secara Berkelanjutan

Suatu pendekatan yang baik untuk perbaikan mutu atau kualitas ialah dengan konsentrasi pada pencegahan suatu mencari penyebab-penyebab pemborosan dan inefisiensi, kemudian mengembangkan suatu rencana sistematis untuk menghilangkan penyebab tersebut. Pendekatan kualitas ini berdasarkan pada keyakinan bahwa dengan meningkatkan suatu biaya pencegahan, maka lebih sedikit produk yang akan dihasilkan dan biaya mutu secara total akan menurun. Pendekatan ini dimulai pada saat titik desain sampai seluruh proses suatu produksi tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, bahwa untuk meningkatkan kualitas secara berkelanjutan dengan jangka waktu yang panjang, dan harus meningkatkan biaya pencegahan agar produk tersebut berkurang untuk menghasilkan produk cacat.

2.3.9 Pandangan Terhadap Biaya Kualitas dan Jumlah Kesalahan

Berdasarkan pendekatan tradisional biaya terendah dicapai pada level *non zero defect*. Pendukung pandangan ini berpendapat bahwa biaya untuk mengatasi kesalahan meningkat dengan semakin banyaknya kesalahan yang terdeteksi dan berkurang apabila ada sedikit kesalahan yang dibiarkan. Sebaliknya TQM berpendapat bahwa biaya terendah dicapai pada level *zero defect*. Pendukung pandangan ini berpendapat bahwa meskipun kesalahan yang ada itu jumlahnya besar, tetapi hal ini tidak memerlukan lebih banyak biaya untuk memperbaiki kesalahan yang terakhir tersebut dibandingkan dengan mengoreksi

kesalahan yang pertama. Oleh karena itu biaya total menurun terus sampai kesalahan terakhir diatasi. Dalam hal ini TQM berpendapat bahwa *quality is free*.

2.3.10 Pengendalian Biaya Kualitas

Pelaporan biaya kualitas saja tidak cukup untuk menjamin bahwa biaya tersebut dikendalikan. Pengendalian yang baik memerlukan standar dan sebuah pengukuran terhadap realisasi (*Actual outcomes*), sehingga kinerja dapat ditaksir dan tindakan koreksi dapat dilakukan jika diperlukan. Laporan kinerja biaya kualitas mempunyai dua bagian yang esensial, yaitu : realisasi (*actual outcomes*) dan standar (*expected outcome*). Jika ada penyimpangan realisasi terhadap standar, maka penyimpangan ini akan digunakan untuk mengevaluasi kinerja manajerial dan memberikan umpan balik sehingga manajer dapat menilai perilakunya sebagai dasar untuk melakukan tindakan koreksi jika diperlukan. Laporan kinerja kualitas harus mengukur kemajuan yang telah direalisasi oleh program perbaikan kualitas organisasi.

Menurut Krismiaji (2019:401) Ada empat jenis kemajuan yang dapat diukur dan dilaporkan, yaitu

1. Kemajuan yang berkaitan dengan *current period standard* (*interim standard report*)
Setiap tahun, perusahaan harus menetapkan standar kualitas *interim* dan membuat rencana untuk mencapai standar tersebut. Karena biaya kualitas adalah sebuah ukuran kualitas, maka target yang ditetapkan dapat diwujudkan dalam anggaran rupiah untuk setiap kategori dan jenis biaya.
2. Kemajuan yang berkaitan dengan *last years quality performance* (*one year trend report*).
Cara lain untuk mengukur kinerja tahun ini adalah dengan membandingkan realisasi tahun ini dengan realisasi tahun sebelumnya. Informasi perbandingan ini disajikan dalam laporan yang disebut *one year quality performance report* untuk membuat perbandingan ini, rasio realisasi biaya variabel tahun sebelumnya digunakan untuk menghitung biaya kualitas variabel yang diharapkan berdasarkan struktur biaya tahun sebelumnya dikalikan dengan rasio realisasi penjualan tahun ini.
3. Kemajuan yang ^{berkaitan} dengan *long range standard* (*long range report*).
Laporan *trend* satu tahun menyediakan informasi bagi manajemen mengenai perubahan biaya kualitas *relative* terhadap tahun terkini. *Tren* ini dapat juga disajikan dalam bentuk grafik yang menggambarkan perkembangan biaya kualitas dari tahun ketahun.

4. Kemajuan yang berkaitan dengan *long range standards*
Laporan ini menginformasikan realisasi biaya kualitas dan target biaya kualitas untuk jangka waktu 1 tahun. Laporan ini akan dibandingkan dengan laporan sejenis dari waktu ke waktu, sehingga manajemen dapat mengetahui apakah target yang telah ditetapkan sudah tercapai atau belum.

2.4 Produk Cacat

2.4.1 Pengertian Produk Cacat

Produk cacat adalah produk yang dihasilkan dalam proses produksi, dimana produk yang dihasilkan tersebut tidak sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan, tetapi cara ekonomis produk tersebut dapat diperbaiki dengan mengeluarkan biaya tertentu, dan biaya yang dikeluarkan harus lebih rendah dari nilai jual setelah produk tersebut di perbaiki.

Pengertian produk cacat menurut Mulyadi (2011: 324):

Produk cacat atau rusak yang terjadi selama proses produksi mengacu pada produk yang tidak dapat diterima oleh konsumen dan tidak dapat dikerjakan ulang. Produk rusak adalah produk yang tidak sesuai standar mutu yang telah ditetapkan secara ekonomis tidak dapat diperbaharui menjadi produk yang baik.

Sedangkan pengertian menurut menurut Bustami,dkk (2010:123):

Produk Cacat adalah produk yang dihasilkan dalam proses produksi, dimana produk yang dihasilkan terserbut dapat diperbaiki dengan mengeluarkan baiki dengan mengeluarkan biaya tertentu, tetapi biaya yang dikeluarkan cenderung lebih besar dari nilai jual setelah produk tersebut diperbaiki.

Selain itu pengertian produk cacat menurut Bastian (2010: 13) produk “Produk cacat adalah produk yang dihasilkan dalam proses produksi, dimana produk yang dihasilkan tersebut tidak sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan, tetapi secara ekonomis produk tersebut dapat diperbaiki dengan mengeluarkan biaya tertentu, dalam hal ini perlu diperhatikan biaya yang dikeluarkan lebih untuk memperbaiki rendah dari nilai jual setelah produk tersebut diperbaiki”.

Pengertian produk cacat menurut Wasilah (2012:69) menjelaskan bahwa:

Produk cacat adalah Barang/produk cacat (*defective goods*) adalah barang-barang yang tidak memenuhi standar produksi karena kesalahan dalam bahan, tenaga kerja atau mesin dan harus diproses lebih lanjut agar memenuhi standar mutu yang ditentukan, sehingga barang-barang tersebut dapat dijual.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa produk cacat ialah suatu produk yang tidak memenuhi standar kualitas perusahaan akan tetapi produk dapat diproses kembali sesuai dengan jenis produk itu sendiri jika diperbaiki maka akan membutuhkan dengannya penambahan biaya lagi untuk memperbaikinya.

2.4.2 Akuntansi untuk Bahan Baku Sisa (*Scrap*)

Bahan baku sisa (*spoilage*) menurut Widyastuti (2017:178) terdiri atas :

1. Serbuk atau sisa-sisa yang tertinggal setelah bahan baku di proses.
2. Bahan baku cacat yang tidak dapat digunakan maupun diretur ke pemasok
3. Bagian-bagian yang rusak akibat kecerobohan karyawan atau kegagalan mesin.

Jika bahan baku sisa memiliki nilai, maka bahan baku sisa tersebut sebaiknya dikumpulkan dan disimpan untuk dijual ke pedagang barang bekas. Jika bahan baku sisa merupakan hasil dari pemotongan pengikiran, atau residu bahan baku, maka biayanya mungkin tidak mudah untuk ditentukan. Meskipun demikian, tetap dibutuhkan suatu catatan atas jumlah bahan baku sisa tersebut terlepas dari fakta bahwa tidak ada biaya yang dapat dibebankan ke persediaan itu. Meskipun jenis bahan baku sisa ini tidak dapat dihilangkan, tidak berarti bahwa bahan baku sisa sebaiknya ditelusuri sepanjang waktu dan di analisis untuk menentukan apakah hal tersebut terjadi karena penggunaan bahan baku yang tidak efisien, dan apakah inefisiensi ini dapat dihilangkan, paling tidak sebagian jika tidak seluruhnya.

2.4.3 Barang Cacat Disebabkan Oleh Pelanggan

Menurut Widyastuti (2017:181) jika barang cacat terjadi karena tindakan tertentu yang dilakukan oleh pelanggan, maka hal tersebut boleh dianggap sebagai biaya mutu. Pelanggan sebaiknya membayar jenis barang cacat seperti ini. Biaya yang tidak tertutup oleh penjualan barang cacat sebaiknya dibebankan ke pesanan

tersebut. Dengan kata lain nilai sisa (*salvage value*) dari barang cacat sebaiknya dikeluarkan dari biaya pesanan tetapi saldo dari biaya yang tidak tertutup oleh nilai sisa tersebut tetap tinggal sebagai biaya pesanan itu.

2.4.4 Produk Cacat Disebabkan Oleh Kegagalan Internal

Bahwa jika produk cacat terjadi karena tindakan tertentu yang dilakukan oleh pelanggan, maka hal tersebut tidak boleh dianggap sebagai biaya mutu atau kualitas. Pelanggan yang sebaiknya yang akan membayar jenis barang cacat. Biaya yang tidak dapat tertutup dari penjualan produk sebaiknya di bebaskan ke pesanan tersebut.

Biaya yang terjadi karena ada ketidaksesuaian dengan persyaratan dan terdeteksi sebelum barang atau jasa tersebut dikirimkan ke pihak luar atau pelanggan. Pengukuran biaya kegagalan internal dilakukan dengan menghitung kerusakan produk sebelum meninggalkan perusahaan. Yang termasuk biaya kegagalan internal adalah :

- a. Biaya sisa bahan (*scrap*) Biaya ini adalah kerugian yang terjadi karena adanya sisa bahan baku yang tidak terpakai dalam upaya memenuhi tingkat kualitas yang dikehendaki.
- b. Biaya pengerjaan ulang Biaya ini meliputi biaya ekstra yang dikeluarkan untuk melakukan proses pengerjaan ulang agar dapat memenuhi standar kualitas yang disyaratkan.
- c. Biaya untuk memperoleh bahan baku Biaya ini meliputi biaya-biaya tambahan yang timbul karena adanya aktivitas menangani penolakan (*rejects*) dan pengaduan (*complaints*) terhadap bahan baku yang telah dibeli.

2.4.5 Kerusakan Normal dan Kerusakan Abnormal

Kerusakan normal adalah kerusakan yang melekat dalam proses produksi tertentu yang tetap saja terjadi meskipun operasi telah berlangsung secara efisien. Manajemen memutuskan bahwa tingkat kerusakan yang dianggap normal bergantung pada proses produksi. Tingkat kerusakan normal dihitung dengan membagi unit kerusakan normal dengan total unit yang baik yang telah selesai, bukan total unit aktual yang dimulai dalam produksi

Kerusakan abnormal adalah kerusakan yang tidak melekat dalam proses produksi tertentu dan tidak akan terjadi pada kondisi operasi yang efisien. Kerusakan abnormal umumnya dianggap sebagai hal yang dapat dihindari dan dapat dikendalikan. Pada umumnya, operator lini dan personil pabrik lainnya dapat mengurangi atau mengeliminasi kerusakan abnormal dengan mengidentifikasi penyebab kemacetan mesin, kesalahan operator, dan yang lainnya, serta dengan menempuh langkah-langkah untuk mencegah hal tersebut terulang lagi. Untuk menyoroti pengaruh biaya kerusakan abnormal, perusahaan menghitung unit kerusakan abnormal dan mencatat biayanya pada akun Kerugian dari Kerusakan abnormal, yang disajikan sebagai pos terpisah dalam laporan laba rugi

2.4.6 Perlakuan Terhadap Produk Rusak

Perlakuan terhadap produk rusak adalah tergantung dari sifat dan sebab terjadinya, menurut mulyadi (2012:302) perlakuan terhadap produk rusak ada 2 sifat dan sebab, yaitu:

1. Jika produk rusak terjadi karena sulitnya pengerjaan pesanan tertentu atau faktor luar biasa yang lain, maka harga pokok produk rusak tersebut dibebankan sebagai tambahan harga pokok produksi yang baik dalam pesanan yang bersangkutan.
2. Jika produk rusak merupakan hal yang normal terjadi dalam proses pengolahan produk, maka kerugian yang timbul sebagai akibat terjadinya produk rusak dibebankan kepada produksi secara keseluruhan, dengan cara memperhitungkan kerugian tersebut didalam tarif biaya overhead pabrik.

2.5 Rantai Nilai(*value of chain*)

Rantai nilai adalah rangkaian kegiatan untuk operasi perusahaan dalam industri yang spesifik. Unit bisnis adalah tingkat yang sesuai untuk pembangunan rantai nilai, bukan tingkat divisi atau tingkat korporasi. Produk melewati semua rantai kegiatan dalam rangka, dan pada setiap aktivitas nilai keuntungan beberapa produk. Rantai kegiatan memberikan produk-produk nilai tambah dari jumlah nilai tambah dari semua kegiatan. Hal ini penting untuk tidak mencampur konsep rantai nilai dengan biaya yang terjadi di seluruh kegiatan. Rantai nilai mengkategorikan aktivitas umum nilai tambah dari sebuah organisasi. Kegiatan utama mencakup: logistik masuk, operasi

(produksi), logistik keluar, pemasaran, dan penjualan (permintaan), dan jasa (pemeliharaan). Kegiatan dukungan meliputi: manajemen infrastruktur administratif, manajemen sumber daya manusia, teknologi (R & D), dan pengadaan. Menurut Baldric dkk (2014: 50):Rantai nilai (value chain) adalah seperangkat aktivitas yang dibutuhkan untuk merancang, mengembangkan, memproduksi, memasarkan, mendistribusikan,dan melayani pelanggan.

2.5.1 Aktivitas Utama

Sekelompok tindakan yang berfokus pada elaborasi fisik setiap produk dan proses transfer ke pembeli.

1. Logistik ke dalam (*Inbound Logistic*) Kegiatan yang berhubungan dengan menerima, menyimpan, dan menyebarkan masukan ke produk, seperti material handling, pergudangan, inventory control, penjadwalan kendaraan, dan kembali ke pemasok.
2. Operasi (*Operation*) Kegiatan yang berhubungan dengan mengubah input menjadi bentuk produk akhir (output), seperti mesin, kemasan, perakitan, pemeliharaan peralatan, pengujian, percetakan, dan fasilitas dalam kegiatan operasi.
3. Logistik ke luar (*Outbound Logistic*) Aktivitas yang berhubungan dengan pengumpulan, penyimpanan, dan fisik mendistribusikan produk kepada pembeli, seperti selesai pergudangan barang, material handling, kendaraan operasional pengiriman, pemrosesan pemesanan, dan penjadwalan.
4. Pemasaran dan Penjualan (*Marketing and Sales*) Kegiatan yang berhubungan dengan menyediakan sarana yang pembeli dapat membeli produk dan mendorong mereka untuk melakukannya, seperti iklan, promosi, salesforce, pilihan channels, hubungan dengan channels, dan harga.