

Analisis Biaya kualitas Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Divisi Tempa dan Cor PT PINDAD

¹Dewi Sabaniah, ²Epi Fitriah, ³Yuni Rosdiana

^{1,2,3}*Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari no. 1 Bandung 40116*

e-mail: ¹dewi_sabaniah@yahoo.co.id ²epi_fitriah@yahoo.com

³yuni_sfajar@yahoo.com

Abstract: This study aims to determine the development cost of quality, the development of product sales and cost analysis of quality in increasing product sales.

The method used is descriptive method of analysis, the source of the data obtained is of primary and secondary data sources and data collection that literature.teknik using direct interviews with employees PT.PINDAD and documentation which have been supplied by the company.

Results from this study showed that the development cost of quality has risen in cost control as prevention costs and appraisal costs while the cost of failure such as internal and external failure decreased. This is because the company is able to reduce the cost of which is on the cost of failure. The development of sales of products consisting of internal and external sales in the year 2011-2014 has increased to an increase in external sales dominated by it is due to the cost of making good quality products sold would be even higher in proportion to the quality that has been produced. Its products are ready to compete with the global market and to increase sales of its products. Analysis of the development costs and the quality of product sales seen from the table then when the cost of quality increases, the sales on the PT.PINDAD also increased the cost of quality thus can increase product sales in the Division of Wrought and Cast PT.PINDAD. when the cost of quality increases, the sales on the PT.PINDAD also increased thereby that the cost of quality can increase product sales in the Division of Wrought and Cast PT.PINDAD.

Keywords: *Cost of quality, increas., product sales.*

Abstrak.: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan biaya kualitas, perkembangan penjualan produk dan analisis biaya kualitas dalam meningkatkan penjualan produk.

Metode yang digunakan penulis adalah metode deskriptif analisis, sumber data yang diperoleh adalah sumber data primer dan sekunder serta literature.teknik pengumpulan data yaitu menggunakan metode wawancara langsung dengan karyawan PT.PINDAD serta dokumentasi yang telah diberikan oleh perusahaan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Perkembangan biaya kualitas yang mengalami peningkatan yaitu pada biaya pengendalian seperti biaya pencegahan dan biaya penilaian sedangkan untuk biaya kegagalan seperti kegagalan internal dan eksternal mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena perusahaan mampu menekan biaya yang ada pada biaya kegagalan. Perkembangan penjualan produk yang terdiri dari penjualan internal dan eksternal pada tahun 2011-2014 mengalami peningkatan adanya peningkatan yang didominasi oleh penjualan eksternal hal ini disebabkan karena biaya kualitas yang baik menjadikan produk yang diperjualbelikan pun akan semakin tinggi sebanding dengan kualitas yang telah diproduksi. Produk perusahaannya pun siap bersaing dengan pasar global dan mampu meningkatkan penjualan produknya. Analisis perkembangan biaya kualitas dan penjualan produk dilihat dari tabel tersebut maka ketika biaya kualitas naik maka penjualan pada PT.PINDAD tersebut juga mengalami kenaikan dengan demikian maka biaya kualitas dapat meningkatkan penjualan produk pada Divisi Tempa dan Cor PT.PINDAD. ketika biaya kualitas naik maka penjualan pada PT.PINDAD tersebut juga mengalami kenaikan dengan demikian bahwa biaya kualitas dapat meningkatkan penjualan pada Divisi Tempa dan Cor PT.PINDAD.

Kata kunci : *Biaya kualitas, peningkatan, penjualan produk.*

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi membuat persaingan antar perusahaan terus semakin ketat, sehingga menuntut perusahaan untuk menerapkan standar kualitas pada produk yang dihasilkan. Suatu produk yang berkualitas tidak hanya menampilkan produk yang menarik saja tetapi harus memenuhi kriteria yang sesuai dengan selera, kebutuhan serta kepuasan konsumen. Semakin kualitasnya bagus, maka perusahaan yang satu dengan yang lain akan saling berkompetisi agar produk yang dihasilkannya mempunyai kualitas yang paling baik di antara produk yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan sejenis. Perbaikan kualitas produk, berarti akan menyebabkan perusahaan mengeluarkan sejumlah biaya untuk kepentingan kualitas produknya. Biaya ini dikenal dengan sebutan biaya kualitas. Biaya dan kualitas produk, dua hal yang tidak terpisahkan apabila perusahaan berkeinginan meningkatkan penjualannya. Memang, peningkatan penjualan tidak semata-mata hanya karena kualitas produk ataupun biaya kualitas, tetapi juga perlu promosi penjualan yang memadai. sekalipun promosi dari mulut-ke-mulut yang kini banyak berkembang di masyarakat. Untuk mencapai produk yang berkualitas, perusahaan harus selalu melakukan pengawasan dan peningkatan terhadap kualitas produk yang dihasilkannya, sehingga akan diperoleh hasil akhir yang optimal. Kualitas yang meningkat mengurangi terjadinya produk rusak sehingga mengakibatkan biaya-biaya yang terus menurun dan pada akhirnya meningkatkan penjualan.

Penjualan merupakan sarana untuk berkembangnya suatu merk baru yang dipasarkan oleh perusahaan. Perusahaan pemasar juga dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hasil penjualan. Pemasaran tidak hanya kegiatan menjual barang dan jasa saja, tetapi kegiatan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen (pasar), serta memberikan kebebasan kepada konsumen dalam menentukan pilihan untuk memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Tujuan utama perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran adalah untuk mempertahankan pasar yang ada atau paling tidak meningkatkan hasil penjualan dengan cara merebut pasar pesaing melalui teknik-teknik ataupun kiat-kiat pemasaran yang tepat. Di dalam perusahaan, naik turunnya penjualan akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan hidup produk yang dipasarkan. Apabila perusahaan mengalami kenaikan hasil penjualan, maka produk akan dapat semakin berkembang dan akan mendapat tempat dominan dalam pasar konsumen, demikian sebaliknya (Jaluanto.SPT,SE,MCom dan Dyah Widyaningrum,SE).

Salah satu usaha dalam meningkatkan dan menjaga kualitas telah dilaksanakan oleh PT. PINDAD (Persero) sebagai perusahaan industri manufaktur yang bergerak dalam bidang Produk Militer dan Produk Komersil yang menyadari bahwa perusahaan bergantung pada kepuasan konsumen dimana kualitas produk dan jasa itu sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. Untuk memperoleh kualitas yang baik PT. PINDAD memiliki subdepartemen mutu pada masing-masing departemen yang bertanggung jawab untuk menjalankan program kualitas perusahaan, yang menyangkut perencanaan dan penyusunan petunjuk spesifikasi kualitas, pencapaian tingkat kualitas, kegiatan pemeriksaan dan pengujian guna tercapainya kualitas yang diminta konsumen serta diakui baik secara nasional maupun Internasional (Siti Rokayah: 2006).

2. Identifikasi Masalah

Dalam penyusunan usulan penelitian ini penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang menjadi pokok, permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Bagaimana perkembangan biaya kualitas pada Divisi Tempa dan Cor PT. PINDAD (Persero).
- 2 Bagaimana perkembangan penjualan pada Divisi Tempa dan Cor PT. PINDAD (Persero).
- 3 Bagaimana analisis biaya kualitas dalam meningkatkan penjualan pada Divisi Tempa dan Cor PT. PINDAD (Persero).

3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk :

- 1 Untuk mengetahui bagaimana perkembangan biaya kualitas pada Divisi Tempa dan Cor PT. PINDAD (Persero).
- 2 Untuk mengetahui bagaimana perkembangan penjualan pada Divisi Tempa dan Cor PT. PINDAD (Persero).
- 3 Untuk mengetahui bagaimana analisis biaya kualitas dalam meningkatkan penjualan pada Divisi Tempa dan Cor PT. PINDAD (Persero).

B. Landasan Teori

Biaya Kualitas

Menurut Blocher, dkk (2000:220) Biaya kualitas adalah “Biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk”, biaya kualitas didefinisikan sebagai biaya-biaya yang berkaitan dengan pencegahan, pengidentifikasian, perbaikan produk yang berkualitas rendah dan dengan *opportunity cost* dari hilangnya waktu produksi dan penjualan sebagai akibat dari rendahnya kualitas. Maka biaya kualitas adalah biaya yang berhubungan dengan penciptaan, pengidentifikasian, perbaikan, dan pencegahan kerusakan. Biaya kualitas merupakan biaya yang terjadi karena adanya kesadaran akan perlunya menghindari kesalahan sehingga tidak terjadi pemborosan atau biaya yang terjadi karena adanya kesalahan pada produk yang sudah terlanjur terjadi dan harus diperbaiki.

Penjualan

penjualan menurut Mulyadi (2008:202), adalah : Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis adalah metode deskriptif analisis, sumber data yang diperoleh adalah sumber data primer dan sekunder serta literature. teknik pengumpulan data yaitu menggunakan metode wawancara langsung dengan karyawan PT.PINDAD serta dokumentasi yang telah diberikan oleh perusahaan PT PINDAD.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

PT Pindad (Persero) dalam usaha untuk mengurangi biaya kualitas adalah dengan memfokuskan pada biaya pencegahan, dan Penilaian yang kemudian akan mengurangi biaya kegagalan. Berkurangnya biaya kegagalan ini berarti penurunan pada biaya produksi karena pemborosan dan inefisiensi akibat pengerjaan ulang produk cacat atau rusak akan berkurang. Dengan berkurangnya produk cacat maka perusahaan melakukan penghematan atas biaya tambahan yang dibutuhkan untuk melakukan penghematan atas biaya tambahan yang dibutuhkan untuk melakukan perbaikan dan pengerjaan ulang dan mengakibatkan berkurangnya pengeluaran biaya untuk kegagalan internal dan kegagalan eksternal.

Tabel 4.3
Perkembangan Biaya Kualitas & Penjualan
Divisi Tempa dan Cor
2011-2014

NO	KETERANGAN	TAHUN		
		2012	2013	2014
1.	Perkembangan Biaya Kualitas	19,81%	19,84%	14,72%
2.	Perkembangan Penjualan	83,40%	13,20%	15,72%

Sumber : data diolah

Perkembangan biaya kualitas Pada tahun 2012 mengalami kenaikan sebesar 19,81% hal ini disebabkan karena adanya peningkatan pada biaya pengendalian yang terdiri dari biaya pencegahan dan biaya penilaian. Selain itu pada divisi tempa dan cor juga telah mampu menurunkan biaya kegagalan yang terdiri dari biaya kegagalan eksternal dan biaya kegagalan internal dan mampu membuat produk dengan kualitas yang baik.

Perkembangan biaya kualitas pada tahun 2013 mengalami kenaikan sebesar 19,84% hal ini disebabkan karena adanya peningkatan pada biaya pengendalian yang terdiri dari biaya pencegahan dan biaya penilaian. Selain itu pada divisi tempa dan cor juga telah mampu menurunkan biaya kegagalan yang terdiri dari biaya kegagalan eksternal dan biaya kegagalan internal. Semakin menurunnya biaya kegagalan yang terjadi maka semakin bagus pula kualitas produk yang diproduksi.

Perkembangan biaya kualitas pada tahun 2014 mengalami kenaikan sebesar 14,72% hal ini disebabkan karena adanya peningkatan pada biaya pengendalian yang terdiri dari biaya pencegahan dan biaya penilaian. Selain itu pada divisi tempa dan cor juga telah mampu menurunkan biaya kegagalan yang terdiri dari biaya kegagalan eksternal dan biaya kegagalan internal.

Perkembangan penjualan yang terjadi pada tahun 2012 yaitu adanya peningkatan sebesar 83,40% yang di dominasi oleh penjualan eksternal yang terdiri dari biaya praska (prasarana kereta api) yang membuat penjualan dari tahun ketahun meningkat hal ini disebabkan karena pada tahun 2012 PT.PINDAD memiliki pesanan dari PT.KAI yang memesan Alat Penambat Rel (*Rail fastener*) yang diproduksi oleh PT Pindad (Persero). PT.KAI sangat puas dengan kualitas yang baik dari PT.PINDAD karena PT PINDAD memberikan jaminan kualitas pekerjaan yang tinggi dimana dalam proses produksi, PT.PINDAD menggunakan Standar International maupun National seperti

AREMA/AREA Standard, SNI Standar, serta didukung oleh sumber daya manusia yang telah berpengalaman dengan kemampuan dan keahlian yang sudah teruji. Sehingga dengan mendapatkan kepercayaan dari konsumen PT.PINDAD dapat memberikan kualitas yang lebih baik lagi untuk para konsumennya. Maka dengan adanya peningkatan, PT.PINDAD siap untuk bersaing dengan perusahaan lainnya.(dikutip dari narasumber PT PINDAD).

Perkembangan penjualan 2013 divisi tempa dan cor PT.PINDAD. jika dilihat dari perkembangannya adanya penurunan pada penjualan internal yaitu pada produk kendaraan khusus. Hal ini disebabkan karena berkurangnya pesanan produk kendaraan khusus PT.PINDAD yang mengakibatkan penurunan pada penjualan tahun 2013.

Perkembangan penjualan PT.PINDAD untuk Divisi Tempa dan Cor. Jika dilihat dari perkembangan penjualan yang terjadi pada tahun 2013 ke tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 15,72%. Hal ini disebabkan karena penjualan eksternal dan penjualan internal sama-sama mengalami kenaikan di tahun 2014.

Dari tabel tersebut maka ketika biaya kualitas mengalami kenaikan maka penjualan pada PT.PINDAD tersebut juga mengalami kenaikan dengan demikian maka biaya kualitas dapat meningkatkan penjualan produk pada Divisi Tempa dan Cor PT.PINDAD.

E. Kesimpulan

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dikemukakan dalam BAB IV, maka dapat ditarik kesimpulan atas penelitian mengenai analisis biaya kualitas dalam meningkatkan penjualan pada Divisi Tempa dan Cor PT.PINDAD (Persero) tahun 2011-2014.

1. Perkembangan pada biaya kualitas pada Divisi Tempa dan Cor PT.PINDAD (Persero). Mengalami kenaikan pada tahun 2011-2014,hal ini disebabkan adanya peningkatan pada biaya pengendalian yang terdiri dari biaya pencegahan dan biaya penilaian. Selain itu pada divisi tempa dan cor juga telah mampu menurunkan biaya kegagalan eksternal dan internal semakin menurunnya biaya kegagalan yang terjadi maka semakin bagus pula kualitas produk yang diproduksi.
2. Perkembangan penjualan pada divisi Tempa dan Cor PT.PINDAD (Persero) dari tahun 2012 mengalami peningkatan, hal ini disebabkan karena adanya peningkatan yang terjadi pada penjualan internal dan eksternal, namun yang mendominasi peningkatan penjualan tersebut yaitu dari penjualan eksternal.
3. Perkembangan biaya kualitas yang mengalami peningkatan yaitu pada biaya pengendalian seperti biaya pencegahan dan biaya penilaian sedangkan untuk biaya kegagalan seperti kegagalan internal dan eksternal mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena perusahaan mampu menekan biaya yang ada pada biaya kegagalan. Perkembangan penjualan produk yang terdiri dari penjualan internal dan eksternal pada tahun 2011-2014 mengalami peningkatan adanya peningkatan yang didominasi oleh penjualan eksternal hal ini disebabkan karena biaya kualitas yang baik menjadikan produk yang diperjualbelikan pun akan semakin tinggi sebanding dengan kualitas yang telah diproduksi. Produk perusahaannya pun siap bersaing dengan pasar global dan mampu meningkatkan penjualan produknya. Analisis perkembangan biaya kualitas dan penjualan produk dilihat dari tabel tersebut maka ketika biaya kualitas naik maka penjualan pada PT.PINDAD tersebut juga mengalami kenaikan dengan

demikian maka biaya kualitas dapat meningkatkan penjualan produk pada Divisi Tempa dan Cor PT.PINDAD.

2. Saran

Sebagaimana ditunjukkan dalam hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang telah diperoleh, penulis menyampaikan beberapa saran sebagai masukan sehubungan mengenai Analisis dalam meningkatkan penjualan produk pada Divisi Tempa dan Cor tahun 2011-2014 yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan. Adapun saran yang penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Saran bagi peneliti selanjutnya agar mengembangkan penelitian lebih lanjut, tidak hanya mengenai perkembangan biaya kualitas dalam meningkatkan penjualan produksi saja.
 - b. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mencoba meneliti biaya kualitas diluar perusahaan manufaktur misalnya perusahaan jasa atau perusahaan dagang.
2. Bagi perusahaan

Kualitas merupakan salah satu faktor yang sangat berperan besar dalam menarik konsumen untuk itu perusahaan sebaiknya dapat menjaga kepercayaan para konsumen dengan cara menjaga kualitas produk yang dihasilkannya tidak sampai menurun. Karena jika kepercayaan konsumen menurun maka penjualan pun akan ikut menurun.

Daftar Pustaka

- Blocher dkk. 2000 (212). *Manajemen Biaya*. Jilid II . Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Jaluanto.SPT,SE,MCom dan Dyah Widyaningrum,S. *Analisis Kualitas Produk, Biaya Kualitas dan Volume Penjualan (Studi Kasus Perusahaan Emping UD. HN Putra, Limpung, Kabupaten Batang)*.
- Mulyadi. 2008:202. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat
- Rokayah, Siti. 2006. Universitas Komputer Indonesia. *Pengaruh Biaya Kualitas (Cost of Quality) Terhadap Volume Penjualan Produk Pada Divisi Tempa dan Cor PT. PINDAD (Persero)*".