

Analisis Biaya Kualitas dalam Menurunkan Produk Cacat dan Kaitanya dengan Tingkat Profitabilitas

Tsania Yasyfa Astrie, Nurleli

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

niayasyfa@gmail.com, cigadug@gmail.com

Abstract— In the current era of globalization, social media and the internet are no longer new to all people in the world. In addition to communicating, social media and the internet can also be used to do business online. The phenomenon that often occurs in shopping online is customer complaints related to goods displayed on social media or platforms that are not appropriate when it reaches the consumer or the product being sold is a defective product or damaged product. Fluorite is an online business in Bandung that focuses on women's fashion. To maintain the quality of the products produced, Fluorite applies quality costs so it is expected to reduce defective products and increase profitability. The purpose of this study is to explain the application of quality costs in reducing defective products and their relation to the level of profitability. The method in this research is a case study and analytical descriptive conducted on Fluorite. The results of this study indicate that Fluorite has implemented quality costs which include prevention costs and assessment costs. With the application of good quality costs, the resulting defective products will decrease so that Fluorite can increase profitability and be able to create loyal customers by providing quality products and good service to consumers.

Keywords— *Cost of Quality, Product Defects, and Level of Profitability*

Abstract— Pada era globalisasi saat ini, media sosial dan internet bukan lagi hal yang baru bagi seluruh masyarakat di dunia. Selain untuk berkomunikasi, media sosial dan internet juga dapat digunakan untuk berbisnis online. Fenomena yang sering terjadi dalam berbelanja online adalah keluhan pelanggan terkait barang yang ditampilkan pada media sosial atau platform tidak sesuai ketika sudah sampai ke tangan konsumen atau produk yang dijual merupakan produk cacat atau produk yang rusak. Fluorite merupakan salah satu bisnis online di Bandung yang berfokus pada fashion wanita. Untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan, Fluorite menerapkan biaya kualitas sehingga diharapkan mampu menurunkan produk cacat dan meningkatkan profitabilitas. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan biaya kualitas dalam menurunkan produk cacat dan kaitanya dengan tingkat profitabilitas. Metode dalam penelitian ini studi kasus dan deskriptif analitis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Fluorite telah menerapkan biaya kualitas yang meliputi biaya pencegahan dan biaya penilaian. Dengan penerapan biaya kualitas yang baik, maka produk cacat yang dihasilkan akan menurun sehingga Fluorite dapat meningkatkan profitabilitas serta mampu menciptakan konsumen yang loyal dengan memberikan produk- produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Kata kunci— *Biaya Kualitas, Produk Cacat, dan Tingkat*

Profitabilitas.

I. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, media sosial dan internet bukan lagi hal yang baru bagi seluruh masyarakat di dunia. Selain untuk berkomunikasi, media sosial dan internet juga dapat digunakan untuk berbisnis *online*. Kehadiran perdagangan *online* saat ini dapat memudahkan konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian. *Online shop* sangat berperan penting dalam berbisnis karena dengan *online shop*, konsumen tidak perlu lagi pergi ke toko seperti dulu, karena produk tersebut akan ditampilkan langsung oleh penjual melalui internet dan media sosial seperti instagram, facebook, dan twitter [1].

Kehadiran perdagangan *online* saat ini dapat memudahkan konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian. *Online shop* sangat berperan penting dalam berbisnis karena dengan *online shop*, konsumen tidak perlu lagi pergi ke toko seperti dulu, karena produk tersebut akan ditampilkan langsung oleh penjual melalui internet dan media sosial seperti instagram, facebook, dan twitter. Penjual juga biasanya memberikan informasi terkait produk yang dijual seperti, bahan yang digunakan, warna produk, dan detail ukuran produk sehingga dapat memudahkan konsumen dalam belanja *online*. Selain itu dengan *online shop*, penjual juga tidak dituntut untuk mempunyai toko sehingga dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan [2].

Fenomena yang sering terjadi dalam berbelanja *online* adalah keluhan pelanggan terkait barang yang ditampilkan pada media sosial atau *platform* tidak sesuai ketika sudah sampai ke tangan konsumen. Contohnya yaitu ukuran baju, warna, dan bahan yang digunakan tidak sesuai dengan keterangan produk, atau produk yang diberikan adalah produk yang cacat atau rusak sehingga banyak konsumen yang kecewa dan dirugikan [3].

Tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mampu menjelaskan penerapan biaya kualitas dalam menurunkan produk cacat
2. Untuk mampu menjelaskan tingkat profitabilitas
3. Untuk mampu menjelaskan apakah penerapan biaya kualitas dalam menurunkan produk cacat berkaitan dengan tingkat profitabilitas perusahaan.

II. LANDASAN TEORI

A. Biaya Kualitas

Hansen dan Mowen [4] mengemukakan biaya kualitas adalah biaya-biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang kualitasnya buruk. Selanjutnya, Baldrick Siregar [5] mendefinisikan biaya kualitas adalah biaya-biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena adanya kualitas yang rendah. Dari definisi yang telah dikemukakan oleh Hansen dan Mowen (2009: 273) dan Baldrick Siregar (2013: 288) dapat disimpulkan biaya kualitas adalah biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mencegah terjadinya produksi barang atau produk yang berkualitas rendah atau tidak sesuai dengan standar perusahaan.

Blocher *et al.* [6], mengelompokkan biaya kualitas sebagai berikut:

1. Biaya pencegahan (*prevention cost*)
2. Biaya penilaian atau deteksi (*appraisal or detection costs*)
3. Biaya kegagalan internal (*internal failure costs*)
4. Biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*)

B. Produk Cacat

Menurut Hansen dan Mowen (2009: 271), "Produk cacat adalah produk yang tidak sesuai dengan spesifikasinya, sedangkan cacat nol (*zero defect*) memiliki arti bahwa semua produk yang diproduksi sesuai dengan spesifikasinya. Selanjutnya menurut Mulyadi (2005: 306) menyatakan bahwa produk cacat adalah produk yang tidak memenuhi standar mutu yang telah ditentukan, tetapi dengan mengeluarkan biaya pengerjaan kembali untuk memperbaikinya, produk tersebut secara ekonomis dapat disempurnakan lagi menjadi produk jadi yang baik.

Dari beberapa definisi yang dijelaskan dan Mulyadi [7] dapat dikatakan produk cacat adalah produk yang dihasilkan oleh perusahaan tetapi tidak memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan namun masih bisa diperbaiki dengan mengeluarkan biaya tertentu.

Menurut Herawati *et al.* [8], ada beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya produk cacat dalam proses produksi, yaitu :

1. Sumber Daya Manusia
2. Bahan Baku
3. Mesin

C. Tingkat Profitabilitas

Hansen dan Mowen (2014: 967) menjelaskan profitabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana sumber daya perusahaan digunakan secara efektif dan efisien. Selanjutnya Kasmir (2015: 22), menyatakan profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan untuk mencari keuntungan atau laba dalam satu periode tertentu.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh Hansen dan Mowen [9] dan Kasmir [10] dapat dikatakan tingkat profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dalam satu periode

tertentu.

Menurut Hansen dan Mowen (2014: 967) jenis-jenis rasio profitabilitas yaitu:

1. Imbal Hasil atas Penjualan (*Return on Sales*)
2. Imbal Hasil atas Total Aset (*Return on Total Asset*)

Berikut penjelasan jenis-jenis profitabilitas yang dikemukakan oleh Hansen dan Mowen (2014: 967) :

1. Imbal hasil atas penjualan adalah margin laba atas penjualan. Rasio ini mempersentasikan persentase setiap dolar penjualan yang tersisa sebagai laba bersih setelah semua beban yang ditanggung dikurangkan. Imbal hasil atas penjualan (*return on sales*) juga merupakan salah satu ukuran efisiensi perusahaan dan dihitung sebagai berikut:

$$\text{Imbal Hasil atas Penjualan} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

2. Imbal Hasil atas Total Aset merupakan ukuran seberapa efisien aset-aset yang digunakan dengan menghitung imbal hasil atas total aset (*return on total asset*). Imbal hasil total aset juga digunakan untuk menghasilkan keuntungan dan dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Imbal Hasil atas Total Aset} = \frac{\text{Laba Bersih} + [\text{Beban Bunga}(1 - \text{Tarif Pajak})]}{\text{Rata-Rata Total aset}}$$

Rata-rata total aset diketahui dengan cara:

$$\text{Rata - Rata Total Aset} = \frac{(\text{Total Aset Awal} + \text{Total Aset Akhir})}{2}$$

Penelitian ini menggunakan imbal hasil penjualan dalam mengukur tingkat profitabilitas untuk mengetahui setiap penjualan yang tersisa sebagai laba bersih setelah semua beban yang ditanggung dikurangkan.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Fluorite telah menerapkan biaya kualitas yang meliputi biaya pencegahan yang terdiri dari biaya pemilihan bahan baku untuk memastikan bahwa bahan baku yang digunakan sudah sesuai dengan standar Fluorite, biaya jasa penjahit untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan merupakan produk yang berkualitas, dan desain ulang produk dan perbaikan proses untuk mendesain ulang produk jika produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan standar Fluorite. Selanjutnya, biaya penilaian yang terdiri dari upah pegawai selama penilaian kualitas produk untuk membayar upah pegawai selama penilaian kualitas produk sebelum produk tersebut dikirim ke pelanggan. Kemudian, *owner* menjelaskan bahwa Fluorite tidak mengeluarkan

biaya kegagalan internal karena Fluorite telah melakukan perjanjian kepada penjahit jika terdapat produk cacat, penjahit akan memperbaiki produk tersebut dan Fluorite tidak perlu mengeluarkan biaya lagi. Fluorite juga tidak mengeluarkan biaya kegagalan eksternal karena sejak awal, Fluorite sangat memperhatikan kualitas produk dan melakukan pengendalian dengan memeriksa kembali produk- produk yang dijual sebelum produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Berikut laporan total biaya kualitas Fluorite tahun 2019:

TABEL 1. LAPORAN TOTAL BIAYA KUALITAS FLUORITE TAHUN 2019

Periode	Volume	Biaya Pencegahan	Biaya Penilaian	Total Biaya Kualitas	% dari Penjualan
Jan - Apr	Vol. 11	470.000	225.000	695.000	3,37%
Mei - Agst	Vol. 12	580.000	275.000	855.000	3,29%
Sep - Des	Vol. 13	660.000	310.000	970.000	3,20%

Sumber: Hasil dari Diolah Data, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa biaya kualitas yang diterapkan Fluorite yaitu biaya pencegahan dan biaya penilaian. Total biaya kualitas yang dikeluarkan Fluorite pada vol. 11 sebesar 615.000, total biaya kualitas pada vol. 12 sebesar 820.000 dan total biaya kualitas pada vol. 13 sebesar 935.000. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya kualitas yang dikeluarkan Fluorite terus meningkat. *Owner* Fluorite menjelaskan, kenaikan tersebut dikarenakan untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan serta produk yang ditawarkan semakin beragam.

Selanjutnya faktor- faktor yang mempengaruhi terjadinya produk cacat yaitu sumber daya manusia yang meliputi ketidaktepatan, kecerobohan, kurangnya konsentrasi, kelelahan, kurangnya disiplin, dan bahan baku yang digunakan. Selain itu, dengan biaya kualitas yang telah diterapkan, yaitu biaya pencegahan dan biaya penilaian mampu menurunkan produk cacat dan berkaitan dengan tingkat profitabilitas, karena dengan menghasilkan produk- produk yang berkualitas serta memberikan pelayanan yang baik, Fluorite dapat menciptakan konsumen yang loyal sehingga dapat meningkatkan profitabilitas. Berikut tabel tingkat profitabilitas pada tahun 2019:

TABEL 2. TINGKAT PROFITABILITAS FLUORITE TAHUN 2019

Periode	Volume	Laba bersih	Penjualan	Tingkat Profitabilitas
Januari - April	Vol. 11	10.950.000	20.650.000	53,03%
Mei - Agustus	Vol. 12	13.810.000	26.000.000	53,11%
September - Desember	Vol. 13	16.210.000	30.250.000	53,59%

Sumber: Hasil dari Diolah Data, 2019

Dari tabel tingkat profitabilitas diatas, dapat disimpulkan bahwa Fluorite dapat meningkatkan profitabilitasnya, karena persentase imbal hasil atas penjualan setiap volume pada tahun 2019 terus meningkat. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya permintaan pelanggan atas produk yang dijual karena Fluorite dapat memberikan kepercayaan kepada pelanggan bahwa produk yang dijual merupakan produk yang berkualitas serta produk yang dijual juga semakin beragam.

Dengan biaya kualitas yang telah diterapkan yaitu biaya pencegahan dan biaya penilaian, Fluorite mampu menurunkan produk cacat dan berkaitan dengan tingkat profitabilitas, karena dengan menghasilkan produk- produk yang berkualitas serta memberikan pelayanan yang baik, Fluorite dapat menciptakan konsumen yang loyal sehingga dapat meningkatkan profitabilitas.

Berikut tabel perbandingan antara biaya kualitas dengan tingkat profitabilitas pada Fluorite pada tahun 2019:

TABEL 4. PERBANDINGAN BIAYA KUALITAS DENGAN TINGKAT PROFITABILITAS

Periode	Volume	Biaya Kualitas	Tingkat Profitabilitas
Januari - April	Vol. 11	3,37%	53,03%
Mei - Agustus	Vol. 12	3,29%	53,11%
September - Desember	Vol. 13	3,20%	53,59%

Sumber: Hasil dari Diolah Data, 2019

Tabel 3 menunjukkan bahwa penerapan biaya kualitas berkaitan dengan tingkat profitabilitas. Hal ini dapat dilihat dari menurunnya biaya kualitas dan meningkatnya profitabilitas pada setiap volume. Semakin kecil biaya kualitas, maka profitabilitas akan terus meningkat. Dengan menjual produk yang berkualitas dan semakin beragam, Fluorite dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen

bahwa produk yang dijual merupakan produk yang berkualitas dan konsumen pun tidak ragu untuk melakukan *repeat order* sehingga dapat meningkatkan profitabilitas.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian tentang analisis penerapan biaya kualitas dalam menurunkan produk cacat dan kaitanya dengan tingkat profitabilitas pada Fluorite, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil kuisisioner dan wawancara, dapat diketahui bahwa Fluorite telah menerapkan biaya kualitas dalam menurunkan produk cacat yang meliputi biaya pencegahan dan biaya penilaian. Biaya kualitas yang telah diterapkan Fluorite dapat dikatakan baik karena dengan penerapan biaya kualitas, Fluorite mampu menurunkan dan mencegah terjadinya produk cacat.
2. Tingkat profitabilitas pada Fluorite dapat dikatakan baik karena sejak awal berdiri hingga saat ini (selama 3 tahun) menjalankan bisnis online, Fluorite belum pernah mengalami kerugian karena sumber daya digunakan secara efektif dan efisien. Meningkatnya tingkat profitabilitas pada Fluorite diantaranya dikarebnakan oleh menerapkan biaya kualitas yang meliputi biaya pencegahan dan biaya penilaian. Selain itu, Fluorite juga mengeluarkan biaya *endorsement* ke beberapa *selebgram* untuk meningkatkan profitabilitas.
3. Penerapan biaya kualitas pada Fluorite dapat dikatakan baik, karena dengan menerapkan biaya kualitas, Fluorite mampu menurunkan dan mencegah terjadinya produk cacat serta meningkatkan profitabilitas. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan setiap volume total biaya kualitas dengan tingkat profitabilitas. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, menurunnya biaya kualitas dapat meningkatkan profitabilitas. Hal ini dikarenakan Fluorite telah menjual produk yang berkualitas sehingga mampu menurunkan dan mencegah terjadinya produk cacat serta memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk yang dijual merupakan produk yang berkualitas dan produk yang ditawarkan juga semakin beragam.

V. SARAN

1. Perusahaan diharapkan mampu mempertahankan biaya kualitas sebaik mungkin untuk menurunkan serta mencegah terjadinya produk cacat.
2. Perusahaan diharapkan dapat melakukan pencatatan lebih rinci terkait penjualan untuk mengetahui secara detail produk apa saja produk yang telah terjual.
3. Perusaasaan diharapkan dapat menjaga kualitas

produk yang dihasilkan dan selalu memberikan pelayanan yang baik sehingga menciptakan konsumen yang loyal dan meningkatkan profitabilitas.

4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian dibidang yang lain seperti bidang manufaktur dan jasa sehingga penelitian ini dapat berkembang dengan dimensi dan indikator yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ikranegara, P. D. (2017). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Bukalapak). *Jurnal Faklutas Ekonomi*, Universitas Negeri Yogyakarta.
- [2] Putri, C. M. (2018). Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Universitas Sanata Dharma.
- [3] Abadi, T. (2018). *Bisnis Belanja Onlie Menanjak di 2018 tapi Bukan Tanpa Persoalan*.
- [4] Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2009). *Akuntansi Manajerial* (Kedelapan ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- [5] Baldrick, Siregar, Suripto, Bambang, & dkk. (2013). *Akuntansi Biaya* (Kedua ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Blocher, E. J, et, & al. (2007). *Management, Manajemen Biaya Penekanan Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- [7] Mulyadi. (2005). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: STIE Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.
- [8] Herawati, Shinta, D., & Indri, C. L. (n.d.). *Tinjauan Atas Perlakuan Akuntansi Untuk Produk Cacat dan Produk Rusak pada PT Indo Pacific*. *Jurnal Nasional Akuntansi dan Bisnis*, 2.
- [9] Hansen, D., & Mowen, M. (2014). *Akuntansi Manajerial* (10 ed.). Jakarta: Salemba 4.
- [10] Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.