

BAB II

BIAYA MUTU

2.1 Pengertian Biaya

Biaya adalah nilai kas atau ekuivalen kas yang digunakan untuk barang dan jasa yang diperkirakan untuk membawa manfaat di masa sekarang atau masa depan pada organisasi (Hansen & Mowen, 2009). Menurut Purwaji (2018) biaya adalah suatu bentuk pengorbanan terhadap sumber ekonomi yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, di mana hal tersebut sudah terjadi atau mungkin akan terjadi dalam upaya suatu perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa.

Menurut Dunia et al. (2018) biaya merupakan suatu pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa yang bermanfaat di waktu yang akan datang, atau memiliki kegunaan lebih dari satu periode akuntansi. Menurut Horngren (2021), biaya merupakan nilai moneter dari sumber daya yang dikorbankan atau dilepaskan untuk mencapai tujuan tertentu.

Dari definisi-definisi yang dikemukakan di atas, terdapat 4 unsur dalam biaya, yaitu:

1. Biaya merupakan bentuk dari pengorbanan sumber ekonomi
2. Biaya dapat diukur dengan satuan moneter
3. Yang sudah terjadi atau yang memiliki kemungkinan untuk terjadi di masa yang akan datang
4. Pengorbanan sumber ekonomi dilakukan untuk suatu tujuan khusus

Dalam konteks bisnis, biaya merupakan pengeluaran yang terjadi dalam proses produksi, distribusi, dan penjualan produk atau layanan. Dengan mengurangi beberapa pengeluaran, instansi atau organisasi lain bisa mendapatkan keuntungan dalam usaha mencapai tujuan utama yang telah ditetapkan.

2.1.1 Penggolongan Biaya

Mulyadi (2010) menggolongkan biaya menjadi lima golongan sebagai berikut:

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Menurut penggolongan biaya menurut objek pengeluaran, penamaan objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misal objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua biaya yang terkait dengan bahan bakar akan disebut sebagai "biaya bahan bakar".

2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Menurut fungsi pokok dalam perusahaan, biaya digolongkan menjadi 3 kelompok:

1. Biaya produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contoh dari biaya produksi adalah biaya bahan baku, biaya depresiasi mesin dan peralatan, dan biaya bahan baku.

2. Biaya pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contoh dari biaya pemasaran adalah biaya promosi, biaya iklan, dan biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli.

3. Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh dari biaya administrasi dan umum adalah biaya gaji karyawan, biaya pemeriksaan akuntan, dan biaya fotokopi.

3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya digolongkan menjadi:

1. Biaya langsung

Biaya langsung merupakan biaya yang terjadi yang disebabkan karena ada sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi, biaya bahan baku, dan biaya depresiasi mesin dan biaya tenaga kerja dalam suatu departemen adalah beberapa contoh dari biaya langsung.

2. Biaya tidak langsung

Biaya tidak langsung merupakan biaya yang sebab terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.

Biaya tidak langsung akan terjadi jika perusahaan menghasilkan beberapa macam produk. Biaya tidak langsung juga bisa mencakup biaya yang terjadi di satu departemen, tetapi memberikan kepada departemen-departemen lainnya.

4. Penggolongan biaya menurut perilaku dalam kaitannya dengan perubahan volume

Menurut perilaku dalam kaitannya dengan perubahan volume, biaya digolongkan menjadi:

1. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak berubah meskipun ada perubahan dalam tingkat aktivitas atau produksi.

2. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah dan perubahannya sebanding dengan perubahan dalam tingkat aktivitas.

3. Biaya semi variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah dan perubahannya tidak sebanding dengan perubahan dalam tingkat aktivitas.

4. Biaya semi tetap

Biaya semi tetap adalah biaya tetap pada tingkat volume aktivitas tertentu dan mengalami perubahan dengan jumlah yang konstan pada tingkat produksi tertentu.

5. Penggolongan biaya menurut jangka waktu manfaatnya

Menurut jangka waktu manfaatnya, biaya digolongkan menjadi:

1. Pengeluaran modal

Pengeluaran modal adalah biaya yang manfaatnya lebih dari satu tahun atau berjangka panjang. Contoh dari pengeluaran modal adalah biaya pembelian aktiva tetap, biaya perbaikan gedung yang nilainya besar, dan biaya untuk riset dan pengembangan produk.

2. Pengeluaran pendapatan

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang manfaatnya kurang dari satu tahun atau berjangka pendek. Contoh dari pengeluaran pendapatan adalah biaya telepon, biaya iklan, dan biaya tenaga kerja.

2.2 Pengertian Mutu

Mutu merupakan suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan perusahaan bagi perusahaan barang dan jasa. Tingkat mutu suatu produk perusahaan harus lebih baik dari perusahaan pesaing agar dapat mendapatkan keunggulan dari perusahaan pesaing dan memuaskan pelanggan. Perusahaan harus dapat meningkatkan mutu dan mengurangi biaya agar mendapat keuntungan. Perusahaan harus membuat perencanaan, melaksanakan, dan mengawasi untuk mencapai tingkat mutu suatu produk. Berikut ini adalah beberapa penjelasan tentang definisi-definisi mutu:

Pengertian mutu menurut Hansen & Mowen (2009) adalah:

”Mutu didefinisikan sebagai tingkat di mana produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.”

Sedangkan menurut Horngren (2021), adalah

”Seluruh fitur dan karakteristik dari sebuah produk yang dibuat atau layanan yang dilakukan sesuai dengan spesifikasi untuk memuaskan pelanggan pada saat pembelian dan selama penggunaan.”

2.2.1 Jenis-jenis Mutu

Menurut Horngren (2021), Mutu dapat dikelompokkan menjadi *design quality* dan *conformance quality*.

1. Mutu Rancangan (*Design Quality*)

Mutu rancangan mengacu pada seberapa dekat karakteristik suatu produk atau layanan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2. Mutu Kesesuaian (*Conformance Quality*)

Mutu kesesuaian mengacu pada kinerja suatu produk atau layanan yang berhubungan terhadap desain dan spesifikasi produknya.

Mutu kesesuaian harus mendapatkan perhatian lebih dibandingkan mutu rancangan. Tidak tercapainya mutu kesesuaian akan menimbulkan masalah bagi perusahaan seperti timbulnya biaya perbaikan dan rusaknya hubungan baik dengan konsumen.

2.2.2 Dimensi Mutu

Beberapa dimensi mutu menurut Hansen & Mowen (2009) adalah sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja merujuk pada seberapa baik produk atau jasa berfungsi sesuai dengan yang diharapkan atau dijanjikan.

2. Estetika (*Aesthetics*)

Estetika merujuk pada aspek yang mempengaruhi daya tarik pelanggan terhadap produk atau jasa.

3. Kemudahan Pemeliharaan dan Perbaikan (*Serviceability*)

Kemudahan pemeliharaan dan perbaikan merujuk pada kemudahan dalam mendapatkan layanan, kecepatan perbaikan, dan kompetensi serta keramahan dalam pelayanan.

4. Fitur (*Features*)

Fitur merujuk pada karakteristik tambahan atau sekunder dari produk atau jasa yang melengkapi fungsi utamanya yang dapat menjadi nilai tambah.

5. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan merujuk pada konsistensi kinerja produk atau jasa dari waktu ke waktu untuk memiliki sedikit atau tidak ada kegagalan.

6. Ketahanan (*Durability*)

Ketahanan merujuk pada seberapa lama produk atau jasa dapat digunakan sebelum memerlukan penggantian atau perbaikan.

7. Kesesuaian Mutu (*Quality of Conformance*)

Kesesuaian mutu merujuk pada sejauh mana produk atau jasa memenuhi spesifikasi dan standar yang telah ditetapkan.

8. Kecocokan Penggunaan (*Fitness for Use*)

Kecocokan penggunaan merujuk pada kesesuaian produk atau jasa berfungsi sesuai dengan yang diharapkan atau diiklankan.

Terpenuhinya 8 dimensi yang telah disebutkan di atas, akan membantu untuk mengevaluasi dan meningkatkan mutu produk atau jasa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2.3 Pengertian Biaya Mutu

Dalam era persaingan global dan perkembangan teknologi diharapkan perusahaan dapat mengembangkan produk yang unggul, canggih, dan bermutu tinggi dengan harga yang lebih terjangkau bagi masyarakat. Isu mutu adalah aspek krusial yang memerlukan perhatian serius dari para manajer dalam melaksanakan strategi operasional mereka agar dapat unggul dari pesaing. Mutu merupakan ukuran relatif kebaikan suatu produk yang dihasilkan, produk yang bermutu adalah produk yang memenuhi harapan konsumen. Mutu dapat dicapai melalui perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan yang baik.

Biaya mutu adalah biaya yang terjadi atau akan terjadi yang disebabkan karena adanya mutu yang jelek dan mencegah terjadinya mutu yang jelek. Berikut ini adalah definisi-definisi tentang biaya mutu:

Pengertian biaya mutu menurut Horngren (2021) adalah:

”Biaya mutu adalah biaya yang dikeluarkan untuk mencegah produksi produk bermutu rendah atau biaya yang timbul sebagai akibat dari produk tersebut.”

Sedangkan menurut Hansen & Mowen (2009), biaya mutu dapat didefinisikan sebagai berikut:

”Biaya yang dikeluarkan karena adanya atau potensi produk dengan mutu buruk.”

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya mutu adalah biaya yang terjadi untuk mencegah suatu produk atau jasa dari mutu jelek yang mungkin ada.

2.3.1 Penggolongan Biaya Mutu

Penurunan biaya mutu merupakan salah satu tanda bahwa mutu barang atau jasa juga menurun, yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu, mengidentifikasi penyebab dan mengklasifikasikan biaya-biaya yang terkait dengan penurunan itu ke kategori biaya mutu.

Biaya mutu menurut Hansen & Mowen (2009) dapat dikelompokkan kedalam kategori berikut, yaitu:

1. Biaya pencegahan

Biaya pencegahan adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk upaya mencegah terjadinya kerusakan produk (*failure* atau *defect*).

Biaya pencegahan meliputi beberapa jenis biaya berikut:

- a. Biaya perencanaan mutu
- b. Biaya pelaporan mutu
- c. Biaya pemilihan dan evaluasi pemasok
- d. Biaya audit mutu
- e. Biaya siklus mutu
- f. Biaya uji lapangan
- g. Biaya peninjauan desain

2. Biaya penilaian

Biaya penilaian adalah biaya yang terjadi untuk menentukan apakah produk dan jasa sesuai dengan persyaratan-persyaratan mutu.

Biaya penilaian meliputi beberapa jenis biaya berikut:

- a. Biaya pemeriksaan dan pengujian bahan baku
 - b. Biaya pemeriksaan kemasan
 - c. Biaya pengawasan kegiatan penilaian
 - d. Biaya penerimaan produk
 - e. Biaya penerimaan proses
 - f. Biaya peralatan pengukuran
 - g. Biaya pengesahan dari pihak luar
3. Biaya kegagalan internal

Biaya yang terjadi karena produk dan jasa tidak sesuai dengan spesifikasi atau kebutuhan pelanggan.

Biaya kegagalan internal meliputi beberapa jenis biaya berikut:

- a. Biaya sisa bahan
 - b. Biaya pengerjaan ulang
 - c. Biaya penghentian mesin
 - d. Biaya pemeriksaan ulang
 - e. Biaya pengujian ulang
 - f. Biaya perubahan desain
4. Biaya kegagalan eksternal

Biaya kegagalan eksternal adalah biaya yang terjadi karena produk dan jasa yang dihasilkan gagal memenuhi kebutuhan pelanggan setelah produk disampaikan kepada pelanggan.

Biaya kegagalan eksternal meliputi beberapa jenis biaya berikut:

- a. Biaya kehilangan penjualan
- b. Biaya kinerja produk yang buruk
- c. Biaya retur dan potongan penjualan karena mutu yang buruk
- d. Biaya garansi
- e. Biaya perbaikan
- f. Biaya tanggung jawab hukum
- g. Biaya ketidakpuasan pelanggan
- h. Biaya hilangnya pangsa pasar
- i. Biaya untuk mengatasi keluhan pelanggan

2.4 Pengukuran Biaya Mutu

Menurut Siregar et al. (2013) pengukuran biaya mutu dapat dibagi menjadi 2 jenis biaya yaitu:

1. Biaya mutu yang dapat diamati

Biaya mutu yang dapat diamati adalah biaya mutu yang secara langsung dapat diukur dan biasanya datanya tersedia dalam laporan akuntansi perusahaan (biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal).

2. Biaya mutu yang tersembunyi

Biaya mutu tersembunyi adalah biaya atas hilangnya kesempatan yang diakibatkan oleh rendahnya mutu. Biaya mutu yang tersembunyi biasanya tidak terdapat dalam laporan akuntansi dan sulit untuk diukur secara akurat.

Terdapat 3 metode untuk memperkirakan biaya mutu tersembunyi, yaitu:

a. Metode pengali

Metode ini dilakukan dengan mengasumsikan total biaya kegagalan adalah hasil dari biaya-biaya kegagalan yang terukur.

$$\text{Biaya kegagalan eksternal total} = k (\text{Biaya kegagalan eksternal terobservasi}),$$

Dimana k adalah angka pengali yang merefleksikan efek multiplier. Nilai k diperoleh berdasarkan pengalaman

b. Metode penelitian pasar

Metode penelitian pasar dapat digunakan dengan melakukan melakukan survei pelanggan dengan wawancara yang dilakukan oleh anggota tim penjualan.

c. Metode fungsi kerugian mutu Taguchi

Metode ini dilakukan dengan mengasumsikan bahwa setiap penyimpangan dari nilai target suatu karakteristik mutu dapat menimbulkan biaya mutu yang tersembunyi.

Perhitungan biaya kegagalan eksternal total dengan metode taguchi dapat diformulasi 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. Simbol k dapat dihitung dengan cara $k = c + d^2$

c = Kerugian pada limit terendah atau tertinggi

d = Jarak limit dari nilai target

y = Nilai aktual karakteristik mutu

T = Nilai target karakteristik mutu

L = Kerugian akibat mutu (biaya kegagalan eksternal total)

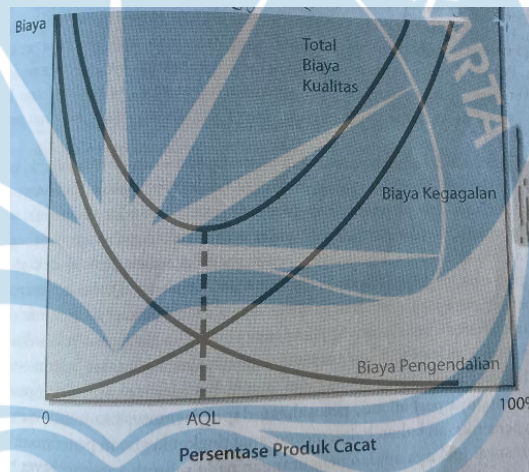
2.4.1 Pandangan Biaya Mutu

Menurut Hansen & Mowen (2009) pandangan biaya mutu dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Pandangan tradisional

Pada pandangan tradisional, standar mutu yang dianggap tepat adalah adanya perbandingan yang terbalik antara biaya pengendalian dan biaya kegagalan. Menurut pandangan ini, biaya kegagalan harus menurun ketika biaya pengendalian meningkat. Perusahaan harus terus berupaya untuk mencegah

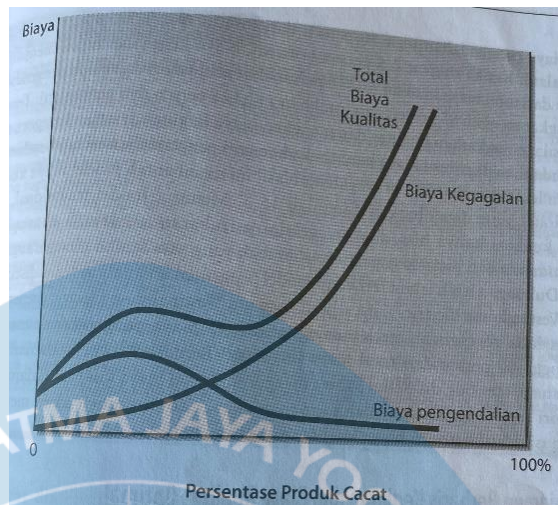
atau menemukan unit yang tidak sesuai ketika penurunan biaya kegagalan lebih besar daripada kenaikan biaya pengendalian. Akhirnya, akan tercapai suatu titik di mana peningkatan tambahan biaya pengendalian untuk mencegah atau mendeteksi produk yang cacat yang menyebabkan biaya yang lebih besar dibandingkan dengan penurunan biaya kegagalan. Titik ini merupakan tingkat mutu yang dapat diterima atau *acceptable quality level* (AQL).



Gambar 2.1. Pandangan Mutu Tradisional
Sumber: Hansen dan Mowen (2009)

2. Pandangan kerusakan nol

Pada pandangan kerusakan nol, biaya kegagalan terjadi ketika produk yang dihasilkan tidak memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Menurut pandangan kerusakan nol, keunggulan biaya dapat dicapai dengan mengurangi jumlah unit yang rusak hingga nol.



Gambar 2.2. Pandangan Kontemporer
Sumber: Hansen dan Mowen (2009)

2.5 Pelaporan Biaya Mutu

Laporan biaya mutu perlu disajikan secara periodik dalam bentuk perbandingan antar periode akuntansi. Hal tersebut berguna agar manajemen dapat merencanakan, mengendalikan, dan membuat keputusan terkait biaya mutu. Berikut merupakan contoh laporan biaya mutu dari Garrison (2021):

Tabel 2.1.
Contoh Laporan Biaya Mutu

	Year 1		Year 2	
	Amount	Percent*	Amount	Percent*
Prevention costs:				
Systems development				
Quality training				
Supervision of prevention activities				
Quality improvement projects				
Total prevention costs				
Appraisal costs				
Inspection				
Realibility testing				
Supervision of testing and inspection				
Depreciation of test equipment				
Total appraisal cost				
Internal failure costs:				
Net cost of scrap				
Rework labor and overhead				

Downtime due to defects in quality	
Disposal of defective products	
Total internal failure cost	
External failure costs	
Warranty repairs	
Warranty replacements	
Allowances	
Cost of field servicing	
Total external failure cost	
Total quality cost	

Sumber: Garrison 2021

Garrison dkk (2021) menyatakan bahwa laporan biaya mutu memiliki beberapa manfaat, yaitu:

1. Informasi biaya mutu membantu manajer melihat signifikansi finansial dari cacat. Manajer biasanya tidak menyadari besarnya biaya mutu karena biaya ini melintasi lini departemen dan biasanya tidak dilacak dan diakumulasikan oleh sistem biaya.
2. Informasi biaya mutu membantu manajer mengidentifikasi pentingnya masalah mutu yang dihadapi oleh perusahaan mereka.

Dengan informasi ini, para manajer mempunyai gagasan yang lebih baik tentang di mana harus memfokuskan upaya mereka.

3. Informasi biaya mutu membantu manajer melihat apakah biaya mutu mereka terdistribusi dengan buruk. Secara umum, biaya mutu harus didistribusikan lebih banyak ke kegiatan pencegahan dan penilaian dan lebih sedikit ke arah kegagalan.

Melihat manfaat besar yang bisa didapat dari informasi biaya mutu, perusahaan membutuhkan informasi yang akurat dan lengkap tentang mutu agar keputusan-keputusan yang terkait dapat diambil dengan efektif. Dengan demikian, keputusan yang diambil memungkinkan perusahaan mencapai tujuan peningkatan mutu dan mempertahankan standar mutu yang tinggi.