

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti sekarang ini persaingan antara perusahaan sangatlah ketat, dimana antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya bersaing dalam usaha meraih pasar. Hal tersebut mengakibatkan keunggulan produk atau jasa suatu perusahaan merupakan senjata utama untuk dapat bersaing di pasar perdagangan pada saat ini.

Kita tahu bahwasannya suatu perusahaan itu didirikan dengan berbagai tujuan antara lain adalah untuk memperoleh laba dengan cara meningkatkan penjualan. Tujuan tersebut sangatlah dipengaruhi oleh persaingan yang ada, dimana produk yang berkualitas merupakan salah satu keunggulan yang harus diusahakan agar perusahaan dapat ikut ambil bagian dalam persaingan tersebut.

Oleh karena itu merupakan tanggung jawab manajemen untuk menentukan strategi yang paling tepat untuk menjaga keunggulan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Pada saat seperti ini ketepatan pengambilan keputusan manajemen merupakan salah satu kunci sukses, dimana manajemen berusaha menjaga mutu produk melalui proses yang efektif dan efisien yang nanti termasuk ke dalam kategori produk unggul.

Dalam suatu perusahaan berskala internasional persoalan mutu atau kualitas sangatlah penting, karena kita tahu bahwa pasar internasional itu menginginkan produk yang kualitasnya sempurna. Perusahaan lokal terkadang tidak terlalu mementingkan masalah itu. Hal ini mengakibatkan masih terdapat produk rusak pada

perusahaan tersebut, serta perusahaan tersebut sering mendapatkan klaim dari customer yang diakibatkan ketidakpuasan customer terhadap produk yang mereka terima.

Kualitas sendiri merupakan ukuran relative kebaikan suatu produk. Produk yang berkualitas adalah produk yang memenuhi harapan customer. Kualitas merupakan cerminan keberhasilan suatu perusahaan dan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Maka oleh sebab itu diperlukan sistem pengawasan kualitas yang baik bagi perusahaan yang ingin menjaga kualitas produk yang mereka hasilkan.

Bagi suatu perusahaan sistem biaya kualitas mempunyai arti yang sangat penting. Biaya kualitas itu sendiri adalah alat yang ideal untuk mendorong kesadaran manajemen mengenai kualitas serta customer. Pengukuran dan pengendalian biaya kualitas merupakan indikator program peningkatan kualitas produk. Tanpa mengabaikan tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba maka dalam jangka panjang kesempatan untuk mendapatkan laba sangat ditentukan oleh pasar yang didominasi oleh kepuasan konsumen pada produk. Maka oleh sebab itu pengendalian biaya kualitas yang optimal sangatlah penting bagi perusahaan.

Perusahaan CV. Calco Kreasindo adalah salah satu perusahaan garment yang berada di solo. Perusahaan ini memproduksi pakaian jadi secara berkala untuk dipasarkan sendiri, namun juga tidak menutup kemungkinan memproduksi sesuai dengan pesanan. Pesanan tersebut bisa berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Dari banyaknya produksi tersebut terkadang masih terdapat produksi yang tidak sesuai dengan keinginan customer. Hal ini tentunya akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya maka penulisan skripsi ini mengambil judul "**Analisa Pengukuran dan Pengendalian Biaya Kualitas Sebagai Indikator Peningkatan Kualitas Produk (Studi Kasus pada CV. Calco Kreasindo di Solo)**".

### **1.2. Rumusan Masalah**

Pokok-pokok permasalahan yang terdapat :

1. Apakah perusahaan telah menetapkan kebijakan kualitas secara formal sehingga perusahaan dapat mengetahui efektifitas biaya kualitas yang dikeluarkan untuk menjaga mutu produk yang optimal sehingga tidak ada lagi produk rusak serta klaim dari customer.
2. Apakah perencanaan dan pengendalian biaya kualitas yang dijalankan perusahaan dilakukan secara efektif dan efisien serta menghasilkan kualitas produk yang direncanakan dengan biaya optimal.

### **1.3. Batasan Masalah**

1. Melakukan identifikasi terhadap komponen yang bisa dikategorikan ke dalam biaya kualitas dan melakukan analisa pengukuran dan pengendaliannya.
2. Melakukan perencanaan biaya kualitas sesuai dengan kondisi perusahaan dan melaporkan dalam laporan keuangan.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Melakukan penyusunan dan perencanaan bagi pengukuran dan pengendalian biaya kualitas.

2. Menentukan kebijakan perusahaan dalam memberlakukan biaya yang berkaitan dengan peningkatan kualitas produksi serta masukan kepada manajemen perusahaan dalam mengendalikan biaya kualitas secara optimal.
3. Dapat menambah pengetahuan bagi penulis, sehingga mampu memecahkan dan menyelesaikan masalah serta dapat memperoleh jawaban dari masalah yang diteliti.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Perusahaan**

Dapat memberikan informasi kepada perusahaan sebagai masukan untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan dimasa yang akan datang dalam penerapan dan pengendalian mutu. Serta membantu manajemen dalam mengukur efektifitas kebijakan kualitasnya dalam rangka meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan cara mengendalikan biaya kualitas secara optimal.

#### **2. Bagi Pihak Luar**

Dapat memberikan sumbangan kepada semua pihak untuk dijadikan pedoman atau studi perbandingan dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

### **1.6. Metodologi Penelitian**

#### **1. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan bahan dalam rangka penyusunan skripsi ini adalah:

### 1. Studi pustaka

Yaitu mencari dan mempelajari sumber bacaan dalam pembuatan skripsi ini yang berhubungan dengan masalah pengukuran dan pengendalian biaya kualitas.

### 2. Studi Lapangan

Yaitu penelitian langsung pada obyek dengan menggunakan metode:

#### a. Wawancara

Adalah merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada pihak-pihak yang terkait, dengan pimpinan perusahaan atau petugas yang ditunjuk oleh perusahaan.

#### b. Observasi

Yaitu mengadakan pengamatan langsung pada obyek yang diteliti agar mendapat gambaran yang tepat sejauh mana kebenaran data dan informasi yang diperoleh dari wawancara dengan pihak perusahaan selain dengan pihak-pihak terkait.

### 2. Data yang Diperlukan

adalah sebagai berikut:

#### a. Data kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang tidak dapat dinyatakan atau diwujudkan dalam wujud angka ataupun satuan pengukur lain.

Data kualitatif meliputi:

- Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.
- Struktur Organisasi Perusahaan.
- Proses produksi

- Pemasaran
- Tenaga Kerja

b. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif yaitu data yang dapat dinyatakan dalam satuan nominal atau satuan pengukuran tertentu.

Data kuantitatif meliputi:

- Unsur-unsur biaya kualitas.
- Ringkasan laporan keuangan yang berisikan data biaya untuk masing-masing kelompok biaya kualitas selama 3 tahun terakhir.

3. Analisis Data

Cara menganalisis data yang telah dikumpulkan, ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:

1. Melakukan klarifikasi biaya-biaya yang termasuk dalam kategori biaya kualitas yang antara lain adalah:

a. Biaya pencegahan (prevention cost).

Biaya yang terjadi untuk mencegah kerusakan produk dan jasa yang diproduksi. Biaya tersebut meliputi :

- biaya perencanaan kualitas.
- biaya pelatihan dan pengembangan karyawan.
- biaya pengendalian proses.
- biaya verifikasi desain produk.
- biaya pemeliharaan mesin.
- biaya pengembangan produk baru.
- biaya evaluasi kualitas pemasok.

- biaya garansi.

2. Dari pengklarifikasian data tersebut kemudian dianalisis dengan memeriksa setiap unsur biaya dan menghitung tingkat optimum biaya kualitas yang merupakan titik keseimbangan antara biaya-biaya yang termasuk didalamnya. Pengukuran dilakukan dengan alat analisa regresi non linear dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bx + cx^2$$

Dimana Y : biaya kualitas total.

x : besarnya masing-masing komponen biaya kualitas.

a : konstanta.

b/c : koefisien regresi dari persentase biaya kualitas terhadap harga pokok produksi.

Alat analisa regresi tersebut digunakan untuk menentukan besarnya persentase biaya pencegahan dan biaya penilaian dari total produksi atau penjualan. Serta untuk mengukur berapa besar biaya kualitas optimal yang dapat dicapai berdasarkan volume produksi yang dianggarkan.

### 1.7. Sistematika Pembahasan

Dalam membahas mengenai analisa pengukuran dan pengendalian biaya kualitas pada CV. Kalko Kreasindo ini terdiri dari lima bab yang masing-masing bab akan menguraikan hal-hal sebagai berikut:

#### **BAB I : Pendahuluan**

Berisi pendahuluan yang membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian,

metodologi penelitian yang meliputi metode pengumpulan data, data yang diperlukan, serta analisis data, dan sistematika pembahasan.

## **BAB II : Landasan Teori**

Menjelaskan tentang teori-teori yang diambil dari literatur-literatur yang mengenai penjelasan kualitas yang meliputi pengertian kualitas, jenis kualitas, dimensi kualitas, konsep manajemen kualitas, penjelasan biaya yang meliputi pengertian biaya, penggolongan biaya, penjelasan biaya kualitas yang meliputi pengertian biaya kualitas, pengelompokan biaya kualitas, perilaku biaya kualitas, konsep biaya kualitas optimal, pengukuran biaya kualitas optimal, serta analisis hubungan antara biaya kualitas optimal dengan peningkatan kualitas produk .

## **BAB III : Gambaran Umum Perusahaan**

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi : data umum yaitu sejarah dan perkembangan perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, bahan baku dan peralatan produksi, proses produksi, pemasaran hasil produksi, serta personalia perusahaan. Data khusus meliputi kebijakan perusahaan dalam hal kualitas serta ringkasan laporan keuangan selama 3 tahun terakhir pada perusahaan garment CV. Calco Kreasindo.

## **BAB IV : Analisis Data**

Berisi analisa data terhadap perusahaan yaitu dengan mengidentifikasi elemen-elemen biaya yang termasuk ke dalam kategori biaya kualitas, perilaku biaya kualitas, menganalisis komponen biaya kualitas,



melakukan pengukuran tingkat biaya kualitas yang optimal serta pengendalian biaya kualitas.

**BAB V : Kesimpulan dan Saran**

Berisi tentang kesimpulan dari bab sebelumnya dan saran-saran untuk perusahaan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dimasa yang akan datang.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Kualitas**

##### **2.1.1. Pengertian Kualitas**

Pada dasarnya kualitas merupakan faktor dasar yang mempengaruhi pilihan konsumen terhadap produk atau jasa karena kualitas sendiri merupakan karakteristik produk atau jasa yang digunakan untuk memenuhi harapan para konsumen untuk berbagai jenis produk dan jasa yang berkembang pada saat ini. Atau secara singkat kualitas dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan dalam suatu ukuran relative kebaikan.

Kualitas dapat diartikan sebagai suatu ukuran relatif tingkat kebaikan suatu produk secara operasional dalam dunia bisnis, produk yang berkualitas adalah produk yang sesuai dengan harapan konsumen atau pelanggan.

Definisi yang lebih rinci mengenai kualitas dikemukakan oleh Feigenbaum :<sup>1</sup>

Keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan-harapan konsumen.

Dari definisi diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa mulainya kegiatan untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas adalah berasal dari keinginan konsumen. Dengan demikian produsen akan menyesuaikan dengan keinginan konsumen dalam hal mendesain dan menetapkan standar kualitas produk atau jasa,

---

<sup>1</sup> A. V. Feigenbaum, Hudaya Kandahjaya (penterjemah), Kendali Mutu Terpadu, Jakarta : Penerbit Erlangga, 1989, Hal 7

## 2. Kualitas Kesesuaian (Quality of Conformance)

Adalah suatu ukuran mengenai bagaimana suatu produk memenuhi berbagai persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Apabila suatu produk telah dihasilkan sesuai dengan spesifikasi, maka akan dipertimbangkan dalam operasi sebagai suatu produk yang berkualitas meskipun desain kualitas produk tersebut mungkin rendah namun produk tersebut cocok untuk digunakan oleh para konsumen karena sesuai dengan yang diinginkannya.

Sebagai contoh, selembar kain batik yang diproduksi sebuah perusahaan pada suatu waktu tertentu warnanya tidak baik dan jelas sehingga tidak memenuhi derajat warna yang telah ditetapkan, ukuran daripada kain tersebut kurang dari standar yang telah ditetapkan, serta terdapat tekstur batik yang salah.

### 2.1.3. Dimensi Kualitas

Kualitas merupakan faktor dasar yang mempengaruhi pilihan konsumen dalam memilih produk atau jasa. Kualitas telah menjadi kekuatan terpenting perusahaan yang dapat membuahkan keberhasilan baik di pasar nasional maupun dipasar internasional. Keinginan para konsumen dapat digambarkan oleh sifat-sifat kualitas yang lebih sering disebut dengan dimensi kualitas.

Dimensi kualitas akan dapat kita peroleh, bila kita mengkaitkan pengertian kualitas dengan konsumen atau pelanggan. Kualitas secara umum dapat didefinisikan sebagai tepat digunakan atau *fitness for use*. Hal ini berarti produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. *Fitness for use* berhubungan dengan nilai yang didapatkan pelanggan serta kepuasan yang

diperolehnya. Karena berkaitan dengan pelanggan yang terdiri bermacam-macam keinginan, maka konsep ini relatif bervariasi dari pelanggan yang satu dengan pelanggan yang lainnya. Setiap orang mengartikan kualitas dengan menghubungkan kualitas dengan kebutuhannya.

Suatu produk dianggap tepat digunakan apabila memenuhi karakteristik kualitas sebagai berikut :<sup>3</sup>

1. Berfungsi dengan baik sesuai dengan spesifikasi yang melekat pada produk tersebut. Misalkan, jam tangan berfungsi tepat waktu.
2. Desain yang menarik.
3. Keamanan dan kenyamanan dalam memakai produk tersebut.
4. Memiliki tingkat reliabilitas (daya tahan) yang memadai selama masa pemakaian produk tersebut.

Sedangkan untuk lebih jelasnya yang dapat dikatakan termasuk dalam dimensi kualitas yang merupakan keinginan-keinginan dari konsumen yang merupakan keunggulan dari suatu produk atau jasa adalah :<sup>4</sup>

1. Performance (kinerja)

Karakteristik yang melekat pada operasi utama produk atau jasa yang dihasilkan.

2. Aesthetics (estetika)

Penampilan dari produk secara nyata atau komunikasi pada penyelenggara jasa.

3. Features (tampilan)

Kelengkapan yang merupakan item tambahan pada sebuah produk.

4. Serviceability (layanan)

---

<sup>3</sup> Amin Wijaya, Beberapa Aspek Pengelolaan Kualitas, Akuntansi, Desember, 1990, Hal 29

<sup>4</sup> Gibson, Donelly, Ivancevich, Manajemen, Erlangga, Edisi 9, 1997, Hal 188

Kemampuan dan kecepatan pada suatu produk yang perlu diperbaiki.

5. Reliability (reliabilitas)

Kinerja yang dilakukan secara konsisten pada suatu produk agar sesuai dengan yang diharapkan pada suatu waktu tertentu.

6. Quality of Conformance (kesesuaian kualitas)

Sejauh mana disain atau karakteristik suatu produk atau jasa dapat memenuhi standar tertentu yang telah ditetapkan.

7. Durability (daya tahan)

Lama umur atau keawetan pemakaian sebuah produk atau jasa.

8. Fitness for Use (kemampuan dari penggunaan)

Kemampuan menyebarluaskan kegunaan produk.

Dapat kita ketahui bahwasannya konsumen itu akan merasakan keunggulan suatu produk atau jasa berdasarkan nilai dari satu atau lebih dimensi kualitas yang terdapat. Unsur lain yang tidak terlepas dari dimensi kualitas yang diinginkan konsumen adalah harga dari produk atau jasa tersebut. Karena kita ketahui dalam banyak kasus apabila kualitas suatu produk itu ditingkatkan maka biaya yang dikeluarkan akan meningkat pula, hal ini mengakibatkan harga jual akan tinggi. Maka oleh sebab itu diperlukan strategi bagi perusahaan untuk dapat mencari atau menemukan sebuah konsep bagi peningkatan kualitas tanpa perlu mengeluarkan biaya yang besar dan tanpa perlu menaikkan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan.

#### **2.1.4. Konsep Manajemen Kualitas**

Dalam kualitas kita mengetahui bahwasannya terdapat faktor-faktor mendasar yang mempengaruhi kualitas secara langsung. Hal inilah yang mengakibatkan perlunya konsep manajemen kualitas dibuat oleh suatu perusahaan. Adapun faktor-faktor mendasar yang mempengaruhi kualitas secara langsung adalah:<sup>5</sup>

##### **1. Kebijakan**

Manajemen mesti menetapkan kebijakan terhadap spesifikasi kualitas produk yang menjadikan standar kualitas atau tingkat kualitas yang harus dipenuhi terhadap produk atau jasa. Ada tiga faktor penting yang mempengaruhi kebijakan dalam menentukan kualitas, yaitu:

##### **1. Pasar**

Evaluasi pasar dapat mengindikasikan apa yang diinginkan konsumen terhadap kualitas produk atau jasa atas harga yang akan dibayarkan.

##### **2. Persaingan**

Produk atau jasa akan dipengaruhi oleh persaingan yang nantinya produk atau jasa tersebut harus memiliki daya saing dipasar.

##### **3. Citra**

Citra organisasi akan menjadi daya tarik jangka panjang. Apabila dilakukan secara konsisiten.

##### **2. Peralatan**

Kemampuan dari peralatan dan mesin-mesin dalam menghasilkan produk atau

---

<sup>5</sup> Gibson, Donenely, Ivancevich, Manajemen, Eriangga, Edisi 9 Jilid 2, 1997, Hal 191

jasa yang baik, akurat, dan nyata adalah sangat penting terutama bagi industri yang bergerak dibidang manufaktur.

3. Bahan baku

Diperlukan suatu strategi dalam mengendalikan pasokan bahan baku, agar nantinya akan didapatkan bahan baku yang baik yang jelas berkualitas.

4. Sumber daya manusia

Manusia adalah kontribusi penting dalam suatu perusahaan yang merupakan tenaga kerja yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas dan juga memotivasi serta membangun sikap mereka dalam menghargai kualitas.

5. Informasi

Informasi memegang peranan penting dalam merancang kebijakan dan menjamin tercapainya standar kualitas. Informasi yang akurat mengenai harapan konsumen mutlak diperlukan bagi penetapan standar kualitas.

6. Rekayasa dan desain

Produk atau jasa yang dihasilkan harus memiliki daya tarik. Para teknisi dibagian ini harus dapat merancang produk atau jasa yang menarik dengan mengeluarkan biaya yang wajar serta bermutu baik.

Manajemen (pengelolaan) kualitas dapat didefinisikan sebagai proses usaha-usaha perbaikan oleh perusahaan, yang dilakukan secara terus menerus untuk mencapai kepuasan konsumen. Komponen pengelolaan kualitas adalah: pelanggan, keterlibatan pekerja dan acuan untuk mengkonstruksi sistem manajemen baru. Sasaran pengelolaan kualitas adalah peningkatan kualitas dan menekan biaya kualitas. Usaha-usaha untuk mencapai sasaran ini meliputi seluruh aspek dari fungsi-fungsi manajemen yang dapat menentukan dan melaksanakan kebijakan kualitas,

pada tingkat cabang atau tingkat organisasi, termasuk penjualan, pembelian, personalia dan aspek non produksi lainnya.

Dua aspek penting yang harus diperhatikan didalam pengelolaan kualitas ini adalah yang pertama, perusahaan berkeinginan untuk membuat produk dengan kualitas yang paling baik. Produk ini harus dibuat dengan berusaha untuk memenuhi semua karakteristik produk berkualitas yang ada. Hal ini tentu saja akan mengakibatkan biaya yang cukup tinggi, sehingga harga jual produk akan tinggi juga. Kondisi ini akan mempengaruhi kemampuan kompetitif produk dipasar.

Kedua, keputusan membeli yang dimiliki konsumen, sering hanya mempertimbangkan beberapa karakteristik saja sesuai dengan kebutuhan yang dianggap sudah dapat memuaskan mereka, misalkan pertimbangan harga. Sehingga untuk tujuan pemasaran, perusahaan perlu melaksanakan strategi pemasaran yang kompetitif<sup>6</sup>.

Dengan demikian ada dua hal penting yang harus diperhatikan didalam pengelolaan kualitas sehubungan dengan pembuatan suatu produk, yaitu tujuan efisiensi dan tujuan efektifitas.

#### 1. Tujuan efisiensi

Pengertian efisiensi adalah menunjukkan tingkat rasio penggunaan sumber daya yang tersedia untuk menghasilkan output secara optimal. Tujuan efisiensi disini menunjukkan efisiensi biaya produksi. Usaha-usaha yang dilakukan ditujukan untuk membuat produk yang sesuai dengan biaya standar yang telah ditetapkan.

---

<sup>6</sup> Basu Swastha and T. Hani H, Manjemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta : Lyberty, Edisi 1, Cetakan kedua, 1987, Hal 6



## 2. Tujuan Efektifitas

Tujuan yang lain dalam memproduksi barang adalah efektifitas, yang berupa kualitas yang dibuat. Keberhasilan yang dibuat dalam mencapai kualitas yang ditetapkan ini biasanya menjadi tanggung jawab bagian pengendalian kualitas. Bagian ini bertugas merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi pelaksanaan program pengendalian kualitas.

## 2.2. Biaya

### 2.2.1. Pengertian Biaya

Dalam suatu perusahaan, manajemen bertanggung jawab atas keberhasilan dalam tercapainya tujuan perusahaan. Banyak kendala yang dihadapi oleh manajemen dalam mencapai tujuan tersebut, sehingga memerlukan suatu perencanaan dan pengendalian kegiatan perusahaan yang tepat.

Perencanaan dan pengendalian ini merupakan salah satu peran manajer dalam pengambilan keputusan. Semakin besar perusahaan, semakin kompleks yang dihadapi perusahaan, sehingga dalam kondisi itu manajer tidak mungkin mengawasi secara langsung semua kegiatan yang ada di perusahaan. Manajer memerlukan suatu informasi keuangan, terutama informasi yang berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Informasi akuntansi biaya dibutuhkan manajer untuk melaksanakan kegiatan perencanaan dan pengendalian operasi perusahaan. Perencanaan merupakan proses penentuan tujuan, penentuan sumber daya yang diperlukan, dan pengambilan keputusan mengenai cara terbaik penggunaan sumber daya tersebut.

Pengendalian merupakan fungsi manajemen untuk memastikan bahwa

operasi perusahaan berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Pengendalian dilakukan dengan cara membandingkan perencanaan kegiatan dengan pelaksanaannya. Apabila ada penyimpangan dari rencana, maka akan diteliti sebab terjadinya penyimpangan dan kemudian suatu tindak lanjut harus dilakukan.

Berkaitan dengan biaya (cost) PF Bourke memberikan definisi sebagai berikut :<sup>7</sup>

Cost means economic sacrifice measured in terms of standart monetary unit incurred, or potentially to be incurred, as a consequence of business decision.

Cost is a general terms for measured amount of value purposefull released or to be released in the acquisition or creterion of economic resource, either tangible or intangible.

Sedangkan menurut Supriyono adalah :<sup>8</sup>

“Biaya adalah harga yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan. Biaya digolongkan ke dalam harga pokok penjualan, biaya penjualan, biaya administrasi dan umum, biaya bunga dan biaya pajak perseroan.”

Dalam definisi diatas dapat diketahui bahwa, biaya (cost) merupakan sasaran, kegiatan dan program yang diukur dalam satuan moneter dan dimaksudkan untuk mencapai atau memenuhi tujuan perusahaan. Meskipun tidak semua biaya dapat diukur dalam satuan moneter tetapi dalam proses pengambilan keputusan bisnis, semua faktor yang membentuk biaya harus dikuantitatifkan karena sangat berguna dalam penentuan keputusan itu sendiri.

<sup>7</sup> PF Bourke, What Does It Cost, didalam L. Anderson and Donald L. Raum, Information Analysis In Management Accounting, New york : John Wiley and Sons Inc., 1987, Hal 183

<sup>8</sup> Drs. R. A. Supriyono Su, Akt, Akuntansi Biaya : Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok, Edisi Dua, Yogyakarta BPFE, 1995, Hal 16

### **2.2.2. Pengolongan Biaya**

Akuntansi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen agar mereka dapat mengelola perusahaan atau bagiannya secara efektif. Pencatatan dan penggolongan biaya harus selalu memperhatikan tujuan keperluan informasi biaya oleh manajemen, karena tidak ada satu konsepsi biaya yang dapat memenuhi berbagai macam tujuan. Oleh karena itu, di dalam akuntansi dikenal beberapa macam cara penggolongan sebagai berikut :<sup>9</sup>

1. Penggolongan biaya atas dasar fungsi pokok dalam perusahaan.

Biaya digolongkan berdasar fungsi-fungsi dimana biaya terjadi, sehingga biaya di dalam perusahaan dibagi menjadi tiga golongan, yaitu :

- a). Biaya produksi adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi/kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai, misalkan: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overheadpabrik.
- b). Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas. Biaya ini meliputi biaya untuk melaksanakan fungsi penjualan, fungsi penggudangan produk selesai, fungsi pengepakan dan pengiriman, fungsi advertensi, fungsi pemberian kredit dan pengumpulan piutang penjualan.
- c). Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Biaya ini terjadi dalam rangka penentuan kebijaksanaan, pengarahan dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

---

<sup>9</sup> Mulyadi, Akuntansi Biaya : Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya, Yogyakarta : BPFE-UGM, 1983, Hal 3

2. Penggolongan biaya atas dasar hubungan biaya dengan pusat atau obyek biaya atau sesuatu yang dibiayai.

Biaya menurut penggolongan ini digolongkan menjadi dua, yaitu :

- a). Biaya langsung (direct cost) adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentitaskan kepada obyek atau pusat biaya tersebut.
  - b). Biaya tidak langsung (indirect cost) adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentitaskan pada obyek atau pusat biaya tertentu atau yang manfaatnya dinikmati oleh beberapa obyek atau pusat biaya.
3. Penggolongan biaya sesuai dengan perilakunya atau tendensinya terhadap perubahan volume kegiatan.

Biaya ini dibagi menjadi tiga, yaitu:

- a). Biaya tetap (fixed cost) adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan dalam batas-batas tertentu.
  - b). Biaya variabel (variable cost) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
  - c). Sedangkan biaya semi variabel (semi variable cost) adalah biaya yang disamping mempunyai elemen tetap juga mengandung unsur variabel.
4. Penggolongan biaya atas dasar periode waktu akuntansi dimana biaya akan dibebankan.

Biaya ini dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu:

- a). Pengeluaran modal (capital expenditure)  
Pengeluaran modal merupakan biaya-biaya yang dinikmati oleh lebih dari satu periode waktu akuntansi.
- b). Pengeluaran pendapatan ( revenue expenditure ).

Sedangkan pengeluaran pendapatan adalah biaya-biaya yang hanya bermanfaat di dalam periode waktu akuntansi dimana biaya tersebut terjadi.

5. Penggolongan biaya atas dasar obyek pengeluaran.

Biaya ini digolongkan kedalam obyek-obyek pengeluaran, misalkan biaya untuk pembayaran upah disebut biaya upah dan sebagainya.

6. Penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya.

Biaya ini digolongkan menjadi 2, yaitu:

a). Biaya terkendali ( controllable cost )

Biaya terkendali adalah biaya yang dapat dikendalikan/dipengaruhi oleh seorang pemimpin tertentu dalam jangka waktu tertentu secara langsung.

b). Biaya tidak terkendali ( uncontrollable cost ).

Sedangkan biaya yang tidak terkendali adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pemimpin berdasar wewenang yang dimiliki.

7. Penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan.

Biaya ini digolongkan menjadi 2, yaitu:

a. Biaya relevan ( relevant cost )

Biaya relevan adalah biaya masa depan yang berbeda pada berbagai macam alternatif untuk pengambilan keputusan.

b. Biaya yang tidak relevan ( irrelevant cost ).

Biaya yang tidak relevan adalah biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan. Umumnya merupakan biaya masa lalu atau biaya masa depan yang tidak berbeda pada pemilihan dua atau lebih alternatif.

## **2.3. Biaya Kualitas**

### **2.3.1 Pengertian Biaya Kualitas**

Pada umumnya biaya kualitas adalah golongan biaya yang dikaitkan dengan kegiatan memproduksi, mengidentifikasi, menghindari, atau memperbaiki produk rusak yang tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan. Berkaitan dengan biaya kualitas ada beberapa definisi tentang biaya kualitas tersebut, antara lain adalah :

Biaya kualitas adalah :<sup>10</sup>

Biaya-biaya yang terkait dengan semua kegiatan dalam rangka menghilangkan produk rusak dan cacat pada kegiatan produksi. Biaya ini berkaitan dengan penciptaan, pengidentifikasian, perbaikan dan pencegahan kerusakan.

Pengertian biaya kualitas juga disebutkan oleh Vincent, sebagai berikut:

Biaya-biaya yang ditimbulkan karena kegagalan. Jadi menurut konsep ini untuk menghitung biaya produksi, biaya kualitas akan diperhitungkan didalamnya.

Sedangkan pengertian biaya kualitas menurut J.M. Juran adalah sebagai berikut :<sup>11</sup>

“Quality Cost” is associated solely with defective product the cost of making, finding, repairing, or avanding defects. The cost of making good products are not a part of quality costs.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, biaya kualitas adalah biaya yang dikeluarkan dalam rangka usaha untuk mencegah, mengidentifikasikan, dan perbaikan produk rusak. Biaya kualitas ini semata-mata berkaitan dengan produk rusak, sehingga biaya-biaya untuk membuat produk secara normal tidak termasuk dalam biaya kualitas ini.

---

<sup>10</sup> Ibid, Hal 379

<sup>11</sup> J.M. Juran and Frank M. Gyra, Jr, Quality, Planning, and Analysis, Newyork : Mc Graw Hill Book Co, 2<sup>nd</sup> Edition, 1980, Hal 13

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa biaya kualitas dapat terjadi sebelum proses produksi, pada saat proses produksi, dan setelah proses produksi selesai (baik sebelum maupun setelah produk sampai ke tangan konsumen).

Berkaitan dengan ini, perhatian tentang biaya kualitas semakin penting karena terdapat beberapa alasan, yaitu :<sup>12</sup>

1. Kenaikan biaya kualitas sehubungan dengan kenaikan volume produksi dan semakin kompleksnya produk yang dihasilkan, yang menuntut tingkat ketelitian dan tingkat kehandalan yang lebih tinggi.
2. Pengaruh meningkatnya biaya perputaran hidup produksi, termasuk kegagalan produksi, tenaga pemeliharaan, suku cadang dan sebagainya. Biaya ini merupakan biaya pemberian jasa yang sering melebihi harga pembelian.
3. Kebutuhan terhadap tenaga ahli kualitas yang secara efektif mendapatkan temuan-temuan dan saran-saran yang berkaitan dengan kualitas, yang dalam bahasa manajemen, yaitu uang.

Menurut Barrie G Dale biaya kualitas sangat berguna dalam empat hal yang utama, yaitu :<sup>13</sup>

1. Biaya kualitas dapat digunakan untuk mempromosikan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan.

Dimana biaya kualitas merupakan parameter bisnis dimana bila biaya kualitas yang terlalu tinggi menyebabkan produk tidak kompetitif, sehingga dalam jangka waktu tertentu menyebabkan menurunnya produktifitas dan kemampuan

---

<sup>12</sup> J.M. Juran and Frank M. Gyron, Jr, Quality, Planning, and Analysis, Newyork : Mc Graw Hill Book Co, 2<sup>nd</sup> Edition, 1980, Hal 13

<sup>13</sup> Barrie G. Dale, Managing Quality, Prentice – Hall International, Inc, 1994, Page 223

kompetitif perusahaan.

2. Biaya kualitas sebagai dasar pengukuran kinerja.

Dengan trend analisis yang ada dapat mengukur perubahan biaya atau rasio biaya dengan waktu, sehingga biaya kualitas yang tinggi menunjukkan ketidak-efisienan manajemen.

3. Biaya kualitas memberikan arti dan kesadaran akan pentingnya perencanaan dan pengendalian biaya kualitas bagi perusahaan.

4. Biaya kualitas dapat dijadikan motivator.

Dapat menjadi motivasi bagi departemen yang mempunyai tanggung jawab terhadap program perbaikan dan peningkatan kualitas, karena biaya kualitas dapat dijadikan standar pengukuran prestasi.

Dalam konsep biaya kualitas, Manajemen dianggap sudah mengetahui standar kualitas produk yang diinginkan konsumen. Hal ini dapat diketahui dari riset pasar dan perilaku konsumen. Dengan demikian hal yang penting untuk diperhatikan oleh seorang akunting adalah bagaimana caranya memproduksi dengan biaya yang paling ekonomis dan seminim mungkin.

Nilai kepuasan konsumen pada dasarnya merupakan tingkat harga, dimana konsumen mau membayar atas suatu produk perusahaan. Pada tingkat standar kualitas yang sangat rendah, tingkat kepuasan konsumen hampir mendekati nol, yang dapat berarti konsumen tidak bersedia untuk membayar, meskipun harga yang ditawarkan sangat rendah. Bila standar kualitas ditingkatkan, kepuasan yang diperoleh konsumen sangat meningkat, dan harga yang akan dibayarkan konsumen meningkat secara tajam. Bila standar kualitas ditingkatkan terus, maka akan tercapai pada suatu titik dimana konsumen merasakan kepuasan optimum yang merupakan



harga tertinggi dimana konsumen bersedia membayar atas produk perusahaan.

Konsep biaya ini sangat penting dalam perencanaan dan pengendalian produksi yang mempunyai keunggulan kompetitif sehingga perusahaan dapat memproduksi barang dengan kualitas yang sempurna tetapi dengan biaya produksi yang sesuai dengan kemampuan konsumen.

Biaya kualitas perlu diukur, direncanakan, dan dikendalikan yang kemudian dilaporkan dalam laporan biaya kualitas. Laporan ini nantinya dapat digunakan oleh manajemen dalam pengambilan keputusan jangka pendek maupun jangka panjang serta untuk mengevaluasi usaha yang telah dilakukan manajemen dalam menjaga kualitas produk

Atau secara lebih jelas pemahaman dan pengertian mengenai biaya kualitas ini akan membantu akunting dan manajemen di dalam perusahaan, karena :

1. Suatu metode pengukuran efektifitas program kualitas secara menyeluruh.
2. Suatu alat untuk menentukan jumlah sumber daya yang optimal diantara berbagai tindakan yang berkaitan dengan kualitas.
3. Informasi penentuan harga produk atau tawaran kerja.
4. Suatu metode penentuan lingkup permasalahan dari prioritas tindakan.

### **2.3.2. Pengelompokan Biaya Kualitas**

Langkah pertama dalam mengelompokkan biaya kualitas adalah mengetahui lebih dahulu biaya apa saja yang termasuk dalam biaya kualitas. Hal ini dapat dilakukan dengan jalan mengidentifikasi dan mendefinisikan kelompok-kelompok biaya yang berhubungan dengan pembuatan, penemuan, perbaikan atau

pencegahan produk rusak.<sup>14</sup> Biaya kualitas dapat dikelompokkan menjadi empat kategori yang dianggap sudah memenuhi bermacam-macam karakteristik perusahaan. Implementasi antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya bisa berbeda-beda, tergantung dari karakteristik masing-masing perusahaan.

Keempat kategori biaya kualitas tersebut adalah :<sup>15</sup> biaya pencegahan (prevention cost), biaya penilaian (appraisal cost), biaya kerusakan internal (internal failure cost), biaya kerusakan eksternal (external failure cost).

### **1. Biaya Pencegahan (Prevention Cost)**

Biaya pencegahan merupakan biaya yang terjadi untuk mencegah kerusakan produk. Biaya ini dikeluarkan dalam tahap desain dan pengembangan, pembelian, tenaga kerja dan aspek-aspek lain pada tahap awal pembuatan produk atau jasa. Tujuan pengeluaran biaya pencegahan ini adalah untuk menurunkan kualitas produk yang tidak memenuhi standar kualitas yang ditetapkan sehingga menurunkan biaya kegagalan. Yang termasuk didalam kategori pencegahan ini adalah :

#### **1. Biaya perencanaan kualitas**

Biaya perencanaan kualitas adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses perancangan kualitas suatu produk dimana dapat menerjemahkan rancangan produk dan persyaratan kualitas pada kendali produksi yang spesifik pada kualitas bahan, proses produksi, dan produk akhir, melalui metode, prosedur, dan instruksi formal.

#### **2. Biaya pelatihan dan pengembangan karyawan**

---

<sup>14</sup> J.M. Juran and Frank Gyra, Jr, OP. Cit, Page 14

<sup>15</sup> Hansen and Mowen, Op.Cit, Page 900

Biaya pelatihan ini meliputi biaya yang dikeluarkan dalam rangka mendidik personil agar mampu untuk mengembangkan, menerapkan, mengoperasikan dan memelihara (mempertahankan) program-program kualitas.

3. **Biaya pengendalian proses**

Biaya pengendalian proses ini dikeluarkan pada saat personil mempelajari dan menganalisa proses pembuatan produk dengan maksud untuk menentukan pengendalian dan memperbaiki proses yang ada agar perencanaan kualitas dapat diterapkan secara efektif.

4. **Biaya verifikasi desain produk**

Biaya verifikasi desain produk adalah biaya untuk memeriksa kembali desain produk yang telah dibuat, untuk memastikan bahwa desain produk tersebut benar-benar telah sesuai dengan yang ditentukan oleh perusahaan.

5. **Biaya pemeliharaan mesin**

Biaya yang dikeluarkan untuk menjaga adanya keseimbangan antara proses produksi dengan cara pemeliharaan mesin-mesin yang digunakan.

6. **Biaya pengembangan produk baru**

Biaya yang diusulkan untuk menyiapkan penawaran produk baru, menilai rancangan produk baru, dan melakukan pengujian serta percobaan dalam peluncuran produk baru.

7. **Biaya evaluasi kualitas pemasok**

Biaya untuk mengevaluasi kegiatan yang dilakukan pemasok, selama pemasok melakukan hubungan dengan perusahaan.

8. **Biaya bonus dan insentif karyawan**

Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam upaya menggiatkan karyawan

dalam melakukan proses produksi.

## **2. Biaya Penilaian (Appraisal Cost)**

Biaya penilaian adalah biaya yang dikeluarkan dalam rangka pengukuran, evaluasi, dan pemeriksaan produk atau biaya yang dihubungkan dengan penilaian apakah produk atau jasa tersebut telah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Komponen dan bahan baku yang dibeli untuk menjamin kesesuaian dengan standar kualitas dan pelaksanaan pekerjaan yang diharapkan. Pengeluaran biaya ini dimaksudkan untuk mencegah barang yang tidak sesuai dengan standar sebelum dikirim kepada konsumen. Biaya-biaya yang termasuk di dalamnya adalah :

### **1. Biaya pemeriksaan bahan baku.**

Biaya ini merupakan biaya yang dikeluarkan dalam rangka memeriksa dan menguji kesesuaian bahan baku yang dibeli dengan kualifikasi yang tercantum di dalam pesanan.

### **2. Biaya pemeriksaan proses produksi.**

Biaya ini merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memeriksa produk yang masih dalam proses, untuk memastikan bahwa proses pembuatan produk tersebut masih terkendali dan produk rusak atau cacat.

### **3. Biaya pemeriksaan produk jadi.**

Biaya yang dikeluarkan ini meliputi biaya yang terjadi dalam rangka meneliti kesesuaian hasil produk dengan standar yang telah ditetapkan, termasuk meneliti pengepakan dan pengiriman.

### **4. Biaya evaluasi persediaan**

Biaya-biaya yang dikeluarkan pada biaya ini meliputi biaya yang terjadi untuk menguji produk di gudang, dengan tujuan untuk mengetahui terjadinya penurunan kualitas produk.

5. **Biaya pemeliharaan perlengkapan pengujian dan pemeriksaan kualitas**

Biaya yang dikeluarkan pada saat karyawan melakukan pemeliharaan perlengkapan pengujian dan pemeriksaan informasi dan pencocokan ukuran kualitas.

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

Biaya kegagalan internal adalah biaya yang dikeluarkan karena terdapat ketidaksesuaian produk dengan standar spesifikasi yang disyaratkan, sebelum produk tersebut dikirim kepada konsumen. Ketidaksesuaian ini diketahui pada saat aktifitas penilaian (appraisal). Biaya kegagalan internal ini tidak akan terjadi bila dalam membuat produk tidak terjadi produk rusak atau cacat. Yang termasuk di dalam kategori biaya ini adalah :

1. **Biaya Sisa bahan (scrap)**

Biaya ini merupakan kerugian biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik sebagai akibat dihasilkannya produk rusak, yang secara ekonomis tidak dapat diperbaiki atau digunakan.

2. **Biaya proses ulang**

Biaya ini meliputi biaya yang timbul untuk memperbaiki produk rusak atau produk yang tidak memenuhi syarat agar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

3. **Biaya pemeriksaan ulang atau pengujian kembali**

Biaya ini meliputi biaya untuk melakukan pemeriksaan atau pengujian ulang atas produk rusak yang sudah diproses ulang untuk diperbaiki.

4. Biaya analisa kerusakan

Yang termasuk di dalam biaya ini meliputi biaya yang digunakan untuk menganalisa dan mencari sebab-sebab terjadinya kerusakan dalam proses produksi.

5. Downgrading

Biaya ini adalah biaya yang terjadi karena perusahaan menjual produk yang berkualitas rendah. Besarnya biaya ini ditentukan dengan menghitung selisih harga jual produk rusak atau produk yang berkualitas rendah dengan harga jual produk normal.

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

Biaya kegagalan eksternal adalah biaya yang terjadi apabila produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan standar spesifikasi yang telah ditetapkan oleh perusahaan namun baru diketahui setelah produk ini dikirim ke konsumen. Yang termasuk di dalam kategori biaya kerusakan eksternal itu adalah :

1. Biaya reparasi

Biaya ini meliputi biaya yang terjadi karena adanya perbaikan atas produk yang dikembalikan oleh konsumen.

2. Biaya garansi

Biaya ini meliputi biaya yang digunakan untuk menjaga apabila produk yang berada ditangan konsumen mengalami kerusakan selama periode tertentu atau masa garansi.

### 2.3.3. Perilaku Biaya Kualitas

Perilaku masing-masing komponen biaya kualitas penting untuk diketahui, karena dengan mengetahui perilaku komponen-komponen biaya kualitas tersebut, dapat ditentukan komposisi biaya dimana komponen biaya kegagalan adalah paling kecil. Komponen biaya ini sangat perlu diperhatikan, karena mempunyai pengaruh yang besar terhadap kelangsungan penjualan produk dalam jangka panjang, terutama pengaruh yang ditimbulkan oleh cost of lost sales.

Diantara komponen-komponen biaya kualitas terdapat hubungan yang saling mempengaruhi antara komponen yang satu dengan komponen yang lain. Apabila terjadi perubahan pada kelompok yang satu maka hal ini akan mempengaruhi kelompok yang lainnya pula. Bila biaya pencegahan dinaikkan maka biaya appraisal akan berkurang, demikian pula dengan biaya kerusakan baik kerusakan internal maupun kerusakan eksternal. Biaya pencegahan ini dapat dinaikkan misalkan dengan merencanakan pelaksanaan metode produksi dengan lebih baik, program pelatihan karyawan untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan karyawan. Peningkatan kualitas karyawan dalam proses produksi akhirnya dapat menurunkan aktivitas karyawan yang dibutuhkan. Jadi penambahan biaya secara lebih awal sehingga perusahaan dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik dan bermutu tinggi. Untuk itu seluruh lapisan manajemen harus melakukan tugasnya dengan benar sejak diawal kegiatan karena pengendalian kualitas tidak hanya semata-mata aktivitas di akhir proses tetapi harus dikerjakan justru sejak di awal proses.

Biaya pencegahan biasanya bersifat tetap kebijakan karena tidak berkaitan langsung dengan volume produksi. Jadi besarnya ditetapkan oleh manajemen, tetapi bila volume produksi terus ditingkatkan sampai titik tertentu biaya ini akan ikut naik.

Biaya penilaian dapat bersifat tetap atau variabel kebijakan sejalan dengan jumlah produk yang dibuat atau diproduksi. Yang termasuk biaya ini misalkan biaya pemeriksaan dan pengawasan. Biaya pemeriksaan ini dimaksudkan untuk menekan terjadinya produk cacat sebelum dikirim ke konsumen. Peningkatan biaya penilaian akan dapat menurunkan biaya kegagalan eksternal, meskipun peningkatan biaya penilaian ini akan menaikkan biaya kegagalan internal. Hal ini terjadi karena, produk cacat yang terjadi selama proses produksi dan sebelum di transfer kepada konsumen terdeteksi oleh perusahaan. Sehingga biaya pengerjaan kembali atas produk jasa tersebut meningkat, dan produk cacat yang terjual kepada konsumen menurun, karena terdeteksi lebih dahulu oleh aktivitas penilaian.

Biaya kegagalan internal bersifat variable kebijakan karena besarnya selain dipengaruhi oleh banyaknya produk cacat yang terdeteksi pada kegiatan penilaian juga tergantung pada kebijakan manajemen pada produk cacat tersebut. Misalnya apakah produk cacat tersebut akan langsung dijual apa adanya atau akan diproses ulang.

Biaya kegagalan eksternal juga bersifat variable kebijakan. Jika manajemen perusahaan meningkatkan prosentase produk cacat yang harus diperbaiki karena sudah terdeteksi pada proses penilaian, maka besarnya biaya kegagalan eksternal akan menurun sebaliknya jika prosentase produk cacat yang harus diperbaiki menurun maka biaya kegagalan eksternal harus ditingkatkan.

Signifikansi keuangan dari biaya kualitas dapat ditaksir dengan menggambarkan biaya-biaya tersebut dalam bentuk prosentase dari penjualan yang sesungguhnya.



#### **2.3.4. Konsep Biaya Kualitas Optimal**

Tujuan bagi perusahaan berkaitan dengan biaya kualitas optimal adalah meminimalkan biaya kualitas total. Dengan demikian sistem akuntansi biaya harus mampu menyediakan sarana informasi biaya yang relevan untuk membantu manajemen dalam mencapai tujuan tersebut. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa diantara komponen biaya kualitas terdapat hubungan saling mempengaruhi diantara komponen-komponentersebut.

Didalam konsep biaya kualitas terdapat dua pandangan mengenai biaya kualitas optimal, yaitu

1. Tingkat kualitas yang dapat diterima (Acceptable Quality Level, AQL), yaitu tingkat kualitas yang berdasarkan atas dasar pandangan tradisional.

Dimana bila terdapat produk rusak yang masih memungkinkan untuk dapat ditingkatkan kualitasnya dan masih dapat diterima.

2. Pengendalian kualitas secara total (Total Quality Control, TQC), yaitu tingkat kualitas yang berdasarkan pada pandangan yang diadopsi dari perusahaan-perusahaan kelas dunia.

Dimana tidak terdapat kegagalan yang merupakan standar kinerja yang mengharuskan produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan.

#### **2.3.5. Pengukuran Konsep Biaya Kualitas Optimal**

Pengukuran biaya kualitas optimal bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya kualitas yang telah dikeluarkan dalam rangka mencegah produk rusak atau cacat. Jumlah biaya kualitas total sangat bermanfaat untuk menganalisis perilaku biaya kualitas pada periode lalu. Informasi tentang biaya kualitas selanjutnya dapat

bermanfaat untuk pengukuran dan pengendalian biaya kualitas. Perhitungan biaya kualitas juga ditujukan untuk mendapatkan indeks angka sebagai indikator kinerja program peningkatan kualitas produk di perusahaan.

Biaya kualitas optimal merupakan gambaran dari biaya pengendalian produk rusak yang terdiri dari biaya pencegahan dan biaya penilaian serta biaya kegagalan produk baik biaya kegagalan internal dan eksternal.

Program peningkatan kualitas akan menghasilkan efisiensi berupa terbentuknya pengurangan dalam biaya kegagalan. Dasar pengukuran biaya kualitas adalah : biaya tenaga kerja, harga pokok produksi, penjualan, dan unit produk. Bila dasar pengukuran tersebut dibandingkan dengan biaya kualitas maka akan diperoleh angka indeks. Angka indeks ini yang akan digunakan sebagai informasi dalam analisa biaya kualitas, terutama untuk mengukur sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan program peningkatan kualitas untuk tujuan peningkatan efisiensi yang juga ada kaitannya dengan penurunan biaya kualitas optimal.

Tingkat biaya kualitas optimal ditentukan dengan mencari titik terendah dari persamaan regresi masing-masing komponen biaya kualitas terhadap biaya kualitas totalnya. Ketika biaya pengendalian produk rusak sangat kecil, biaya kualitas totalnya menjadi sangat besar. Apabila biaya pengendalian produk rusak ditingkatkan maka biaya kegagalan akan mengalami penurunan yang lebih besar dibandingkan dengan kenaikan biaya pengendalian produk rusak, sehingga biaya kualitas total (biaya pengendalian produk rusak ditambah biaya kerusakan) mengalami penurunan. Hal ini berarti perusahaan mampu memiliki cost saving.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku masing-masing komponen biaya kualitas (biaya pengendalian produk rusak dan biaya kerusakan)

terhadap biaya kualitas totalnya cenderung membentuk kurva parabola oleh karena itu bentuk persamaan yang digunakan adalah persamaan regresi linear dimana  $Y = a + bx + cx^2$  dimana Y adalah biaya kualitas total dan X adalah komponen biaya kualitas.

Dengan mencari titik terendah dari persamaan regresi tersebut maka akan didapat besarnya tingkat biaya kualitas total yang optimal, dimana Y adalah biaya kualitas total sebagai variabel dependent dan X adalah besarnya masing-masing komponen biaya kualitas sebagai variable independent.

Data yang diolah untuk menentukan tingkat biaya kualitas total yang optimal adalah data biaya kualitas total selama beberapa periode yang besarnya ditentukan dari prosentase biaya produksi dan komponen biaya kualitas (sebesar prosentase dari biaya kualitas total).

#### **2.3.6. Analisis Hubungan antara Biaya Kualitas Optimal dengan Peningkatan Kualitas Produk**

Laporan biaya kualitas diperlukan oleh perusahaan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kemajuan dari realisasi program peningkatan kualitas produk.. Laporan biaya kualitas merupakan informasi biaya yang dikeluarkan perusahaan berkaitan dengan usaha-usaha untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

Apabila kita memandang biaya kualitas hanya sekedar mengukur besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk menjaga kualitas, maka biaya kualitas itu sangatlah mahal. Perusahaan perlu mengetahui bahwa dengan perbaikan kualitas bukan hanya sekedar menimbulkan biaya yang besar, namun perlu juga diperhatikan manfaat berupa keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan. Dengan

mempertimbangkan manfaat yang didapat maka perusahaan akan menganggap biaya kualitas akan menjadi tidak mahal. Perusahaan dapat melihat dari besarnya manfaat yang diterima dibandingkan dengan tambahan pengeluaran bagi biaya kualitas. Oleh sebab itu dengan terjaminnya kualitas yang merupakan hasil dari penerapan biaya kualitas optimal akan meningkatkan keuntungan jangka panjang perusahaan.

Perbaikan kualitas akan meningkatkan *cost of achieving good quality*, namun berdampak pada peningkatan profit dengan cara mengurangi *cost of poor quality*. Adanya pencegahan atas terjadinya kualitas produk yang tidak memenuhi spesifikasi standar yang telah ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan berkurangnya produk rusak yang akan merugikan perusahaan.

Tanpa upaya perbaikan kualitas bukan berarti penghematan dapat terjadi di perusahaan, namun justru akan menimbulkan pemborosan. Hal ini disebabkan karena tingginya tingkat kerusakan produk yang menyebabkan banyak produk yang memerlukan proses perbaikan kembali ataupun nantinya akan muncul potongan harga terhadap produk rusak tersebut yang mengakibatkan pemborosan terutama pada bahan baku, tenaga kerja serta waktu. Belum lagi perusahaan harus menghadapi klaim dari para pemesan produk yang nantinya akan sangat merugikan perusahaan. Dengan demikian semakin baik kualitas akan sangat menghemat penggunaan sumber daya dalam produktivitas perusahaan.

Pengukuran terhadap biaya kualitas bermanfaat untuk mengetahui apakah terjadinya peningkatan didalam program peningkatan kualitas produk, yang nantinya melalui peningkatan jumlah produk yang berkualitas yang diproduksi, dan dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang potensial pada proyek peningkatan kualitas.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **3.1. Data Umum**

##### **3.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan**

CV. Calco Kreasindo adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi garment atau pakaian jadi. CV. Calco Kreasindo didirikan pada tanggal 24 September 1993. Perusahaan ini memproduksi pakaian jadi secara berkala baik untuk dipasarkan di dalam negeri maupun dipasarkan luar negeri. Biasanya bagi pasar di luar negeri selama ini produksi berdasarkan pesanan dari mereka. Adapun pasar luar negeri tersebut meliputi pesanan dari negara Singapura, Malaysia, dan Nigeria. Adapun jenis produksi yang dihasilkan oleh CV. Calco Kreasindo sendiri beraneka ragam yang antara lain adalah kemeja dewasa dan kemeja anak-anak, blouse, blazer, rompi, dan lain-lain.

Kegiatan yang dilakukan CV. Calco Kreasindo selama ini selain memproduksi pakaian jadi juga menerima jasa atau order penjahitan dalam kapasitas yang besar. Sistem pembayaran yang berlaku dalam perusahaan ini dalam menerima order atau pesanan adalah DP 30% dari total order, dan sisanya setelah barang selesai dikerjakan. Hal ini juga digunakan untuk menekan biaya produksi.

Secara umum tujuan didirikannya CV. Calco Kreasindo di Solo adalah agar dapat memproduksi pakaian jadi baik untuk dewasa maupun untuk anak-anak dengan harga yang relatif murah, karena tersedianya tenaga kerja dan bahan baku yang murah di Solo, sehingga CV. Calco Kreasindo dapat menekan biaya produksi dan mampu bersaing dipasar internasional. Meskipun banyak pesaing baik dari

dalam negeri maupun luar negeri, namun CV. Calco Kreasindo mampu bertahan dan berkembang.

### **3.1.2. Lokasi Perusahaan**

CV. Calco Kreasindo yang merupakan salah satu perusahaan di bidang garment dalam memilih lokasi perusahaan sangat perlu mendapatkan perhatian yang teliti dan cermat, dimana lokasi perusahaan ini menyangkut tempat perusahaan secara operasional melakukan aktivitas secara rutin. Keputusan yang diambil dalam penentuan lokasi perusahaan tersebut sangat berperan penting dalam merealisasikan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut, dimana dipandang dari berbagai segi sangatlah baik dan menguntungkan bagi perusahaan.

CV. Calco Kreasindo mempunyai lokasi perusahaan di Jl. Totosari Rt.04/ Rw.02 Pajang kecamatan Laweyan, Solo.

Faktor – faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi perusahaan CV. Calco Kreasindo tersebut antara lain adalah:

#### **1) Bahan baku**

Pendirian perusahaan dekat dengan bahan baku, sehingga perusahaan dengan mudah dapat memperoleh bahan baku yang diperlukan dengan biaya angkut serendah mungkin. CV. Calco Kreasindo tidak kesulitan dalam pengadaan bahan karena bahan baku textile dan bahan penolong seperti benang jahit, benang obras, kancing, kain keras dan lainnya dapat diperoleh disekitar Solo dan Yogyakarta.

#### **2) Tenaga kerja**

Dalam menjalankan tugasnya, perusahaan tidak dapat lepas dari faktor tenaga kerja, sehingga dalam mendirikan perusahaan perlu mempertimbangkan

bagaimana tersedianya tenaga kerja, terutama tenaga kerja manusia. CV. Calco Kreasindo tidak kesulitan dalam memperoleh tenaga kerja yang berasal dari daerah sekitar perusahaan, sehingga tersedianya tenaga kerja yang melimpah dan murah disekitar perusahaan akan sangat menguntungkan perusahaan.

### 3) Transportasi

Lokasi perusahaan yang dekat dengan jalan raya akan sangat penting untuk menunjang transportasi yang baik, terutama untuk pengangkutan bahan baku dan barang jadi yang akan memperlancar usaha. Pendirian CV. Calco Kreasindo yang lokasinya sangat strategis dan terletak ditepi jalan raya serta didukung oleh fasilitas transportasi yang baik sehingga tidak mengalami kesulitan dalam masalah transportasi.

### 4) Masyarakat

Lingkungan masyarakat mendapat perhatian yang serius bagi CV. Calco Kreasindo dimana lingkungan masyarakat sangat mendukung baik dalam pendirian perusahaan. Dalam pendirian perusahaan, CV. Calco Kreasindo berusaha untuk tidak mengganggu lingkungan masyarakat di sekitarnya dengan mendirikan perusahaan yang jauh dari keramaian umum dan melakukan pengolahan limbah yang baik.

### 3.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Pembagian tugas dan tanggung jawab serta pengorganisasian antar bagian unit untuk mencapai tujuan perusahaan memerlukan suatu system organisasi. Struktur organisasi yang baik, rapi, jelas dan bertanggungjawab dalam wewenang masing-masing bagian akan dapat memberikan efisiensi dan efektifitas kerja yang

masing-masing unsur organisasi tersebut dan juga mempermudah garis komando dalam pelaksanaan tugas yang sesuai dengan kewajiban dan jabatan.

Struktur organisasi yang digunakan oleh CV. Calco Kreasindo merupakan struktur organisasi lini staf. Dalam konsep lini staf ini semua jenis posisi atau divisi fungsional dapat dikategorikan kedalam dua kelompok, yaitu kelompok lini dan kelompok staf.

Kelompok lini yaitu para pejabat yang mengambil keputusan dan yang melaksanakan fungsi-fungsi manajemen. Sedangkan kelompok staf yaitu divisi yang menjalankan tugas operasionalnya dibantu oleh para bawahan. Adapun fungsi staf adalah membantu pimpinan dalam melaksanakan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya, sehingga tersedianya cukup waktu bagi pimpinan untuk membuat perencanaan dan menentukan kebijaksanaan dalam operasional perusahaan.

Struktur organisasi perusahaan CV. Calco Kreasindo dapat dilihat pada gambar I (halaman 46). Tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian yang ada dalam struktur organisasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1) Direktur

Tugas dan tanggung jawab direktur adalah sebagai berikut:

- a. menentukan kebijakan perusahaan.
- b. memimpin perusahaan sesuai dengan garis-garis kebijakan yang telah ditetapkan oleh rapat pimpinan.
- c. mengadakan pembagian tugas, membimbing dan mengkoordinasikan semua bagian dalam melaksanakan operasi perusahaan.



## 2) Kepala Bagian Produksi

Bertanggung jawab penuh terhadap kelangsungan proses produksi dan penjualan pakaian jadi, mengadakan penelitian serta pengembangan produk.

Tugas kabag. Produksi adalah:

- a. mengatur dan menetapkan cara penjualan hasil produksi dan cara penagihan piutangnya.
- b. memberikan informasi kepada staf produksi bagi kemungkinan diadakannya pengembangan produk.

Dalam menjalankan tugasnya kabag produksi dibantu oleh empat staf, yaitu:

### a. Staf Gudang

Bertugas mengatur dan menyelenggarakan keluar masuknya bahan baku dan bahan penolong yang dapat membantu kelancaran proses produksi.

### b. Staf produksi

Tugas dan tanggung jawab staf produksi adalah:

- (1) merencanakan, menentukan dan mengawasi jalannya proses produksi agar tercapai efisiensi yang semaksimal mungkin.
- (2) melaksanakan proses produksi sejak dari bahan baku sampai dengan produk jadi.
- (3) meneliti dan mengontrol pemakaian bahan baku, penggunaan mesin dan peralatan dalam proses produksi dan tenaga manusia supaya efisien.
- (4) mengatur dan menetapkan jenis dan jumlah pakaian jadi yang diproduksi.
- (5) mengendalikan dan mengembangkan kualitas pakaian jadi yang diproduksi.

(6) mengkoordinir unit-unit bawahannya sehingga diperoleh kerja sama dengan staf lain secara harmonis.

Staf Produksi dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh tiga seksi yaitu seksi cutting, seksi sewing, dan seksi finishing. Tugas masing-masing seksi adalah:

(1) Seksi Cutting

Bertanggung jawab atas hasil pemotongan kain dan melakukan sortir terhadap kain yang tidak layak masuk proses produksi selanjutnya.

(2) Seksi Sewing

Bertanggung jawab atas hasil sewing atau penjahitan yang baik dan memenuhi syarat quality control.

(3) Seksi Finishing

Bertanggung jawab atas sortir akhir barang hasil produksi yang memenuhi syarat quality control dan melakukan pengepakan sebelum barang dikirim ke pelanggan.

c. Staf Pembelian

Bertugas mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan pembelian bahan baku dan bahan penolong.

d. Staf Marketing

Tugasnya adalah mengurus segala sesuatu yang berkaitan dengan penjualan hasil produksi perusahaan.

### 3) Kepala Bagian Personalia

Kepala bagian personalia bertanggung jawab atas segala yang berhubungan dengan masalah pegawai. Baik mulai dari perekrutan karyawan sampai dengan pengembangan karyawan itu sendiri

### 4) Kepala Bagian Keuangan

Kepala Bagian Keuangan bertanggung jawab atas segala pekerjaan yang berkaitan dengan masalah keuangan, mengatur pemasukan dan pengeluaran atas segala transaksi keuangan yang dilakukan oleh perusahaan, mengawasi dan meneliti kebenaran bukti pengeluaran dan penerimaan kas, beserta dokumen pendukung yang disajikan dari bagian yang bersangkutan untuk diselesaikan pembayarannya, melakukan tugas administrasi dan pengeluaran uang sehingga dapat diketahui saldonya secara tepat, cepat, dan benar.

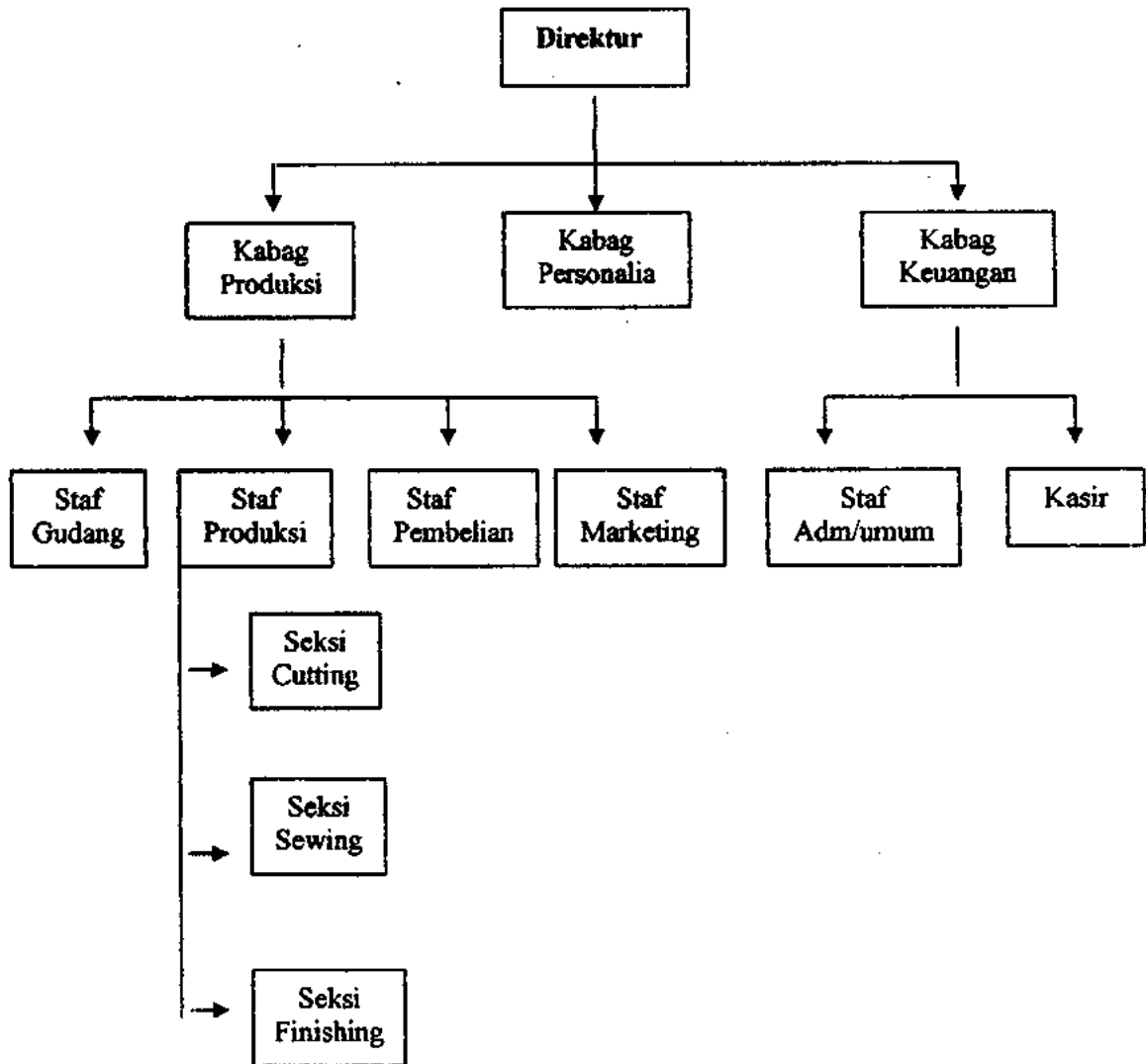
#### a. Staf Administrasi & Umum

Staf ini bertanggung jawab menyelenggarakan urusan pembukuan yang berkaitan dengan segala transaksi yang dilakukan perusahaan, menyusun dan membuat rencana anggaran perusahaan secara keseluruhan dalam bulanan dan tahunan serta membuat laporan keuangan secara berkala.

#### b. Kasir

Bertanggung jawab atas segala pemasukan dan pengeluaran uang atas transaksi yang terjadi di dalam perusahaan.

**STRUKTUR ORGANISASI  
CV. CALCO KREASINDO**



**Gambar I**

#### **3.1.4. Bahan Baku dan Peralatan Produksi**

Bahan baku atau bahan mentah yang digunakan CV. Calco Kreasindo dalam menjalankan proses produksi adalah Kain.

Bahan baku ini diperoleh dipasaran lokal, sehingga tidak perlu mengimpor. Selain dari PT Sari Warna yang merupakan salah satu supplier utama, perusahaan juga mendatangkan lagi industri textile lokal di Solo maupun disekitar Yogyakarta dan Jawa Tengah untuk memenuhi kebutuhan proses produksi.

Selain bahan baku, CV. Calco Kreasindo juga membutuhkan bahan penolong dalam proses produksinya. Bahan penolong yang digunakan adalah:

- 1) Kancing, bahan pembantu pembuatan pakaian jadi.
- 2) Benang kain, kegunaannya sebagai bahan pembantu untuk menjahit pakaian.
- 3) Benang obras, kegunaannya untuk mengobras tepi kain agar tidak rusak.
- 4) Kain keras, bahan pembantu yang kegunaannya untuk membuat kerah baju dan ujung lengan.
- 5) Size, fungsinya adalah memberi tanda atau ukuran pakaian yang sudah jadi.
- 6) Plastik opp, fungsinya untuk membungkus atau mengemas pakaian yang sudah jadi.
- 7) Sticker, bahan penolong yang digunakan untuk memberikan tanda ukuran pakaian pada plastik opp.
- 8) Carton box, yaitu bahan pengemas untuk pakaian yang telah dikemas dalam plastik opp.

Proses produksi pakaian ini menggunakan alat-alat bantu yang berupa mesin-mesin khusus, sehingga bahan baku tersebut dapat diolah menjadi produk jadi

yang siap pakai. Mesin-mesin yang digunakan dalam proses produksi CV. Calco Kreasindo meliputi:

1) Mesin potong

Mesin ini digunakan untuk memotong kain sesuai ukuran atau pola yang telah dibuat sebelumnya, sebelum dilanjutkan ke proses produksi selanjutnya, yaitu dijahit.

2) Mesin obras

Mesin seperti ini digunakan untuk mengobras tepi kain potongan agar pakaian lebih mudah dijahit.

3) Mesin jahit

Mesin yang digunakan untuk menjahit pakaian yang sebelumnya bahan baku telah melalui bagian cutting dan bagian obras yang telah lolos dari quality control.

4) Mesin pasang kancing

Semacam mesin jahit yang digunakan untuk memasang kancing secara modern. Sehingga lebih cepat bila dibandingkan dengan memasang kancing secara manual.

5) Mesin Lubang kancing

Mesin yang digunakan untuk membuat lubang kancing.

6) Mesin Setting

Yaitu mesin yang digunakan untuk melicinkan pakaian yang sudah jadi agar mudah untuk dikemas dalam plastik opp.

### **3.1.5. Proses Produksi**

Proses produksi adalah cara atau teknik untuk menciptakan atau menambah manfaat barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang ada. Proses produksi yang ada di CV. Calco Kreasindo melalui tiga seksi, yaitu seksi cutting, seksi sewing, dan seksi finishing.

#### **1) Seksi Cutting**

Pada seksi cutting ini, sebelum bahan baku dipotong sesuai dengan ukuran yang dikehendaki, harus melalui tahap persiapan bahan. Pada tahap persiapan bahan ini, bahan baku yang masih berupa kain utuh dipersiapkan secara bertumpuk dan digambar polanya pada kain teratas. Setelah melalui proses pemotongan ini, bahan baku siap diserahkan ke seksi sewing atau penjahitan.

#### **2) Seksi Sewing**

Pada tahap ini bahan baku yang sudah dipotong kemudian dimasukkan kedalam seksi sewing agar segera diobras dan kemudian dijahit. Pada seksi sewing ini, mula-mula bahan baku yang sudah dipotong sesuai dengan pola yang telah ditentukan, dimasukkan kedalam unit obras yang bertanggung jawab atas pengobrasan pada tepi potongan kain. Unit jahit bertanggung jawab atas penggabungan potongan-potongan pola pakaian menjadi pakaian jadi, kemudian dilanjutkan oleh unit logo untuk pemasangan logo dan size. Setelah itu akan dilanjutkan oleh unit pelubangan kancing yang akan membuat lubang untuk kancing yang kemudian dilanjutkan dengan unit pemasangan kancing.

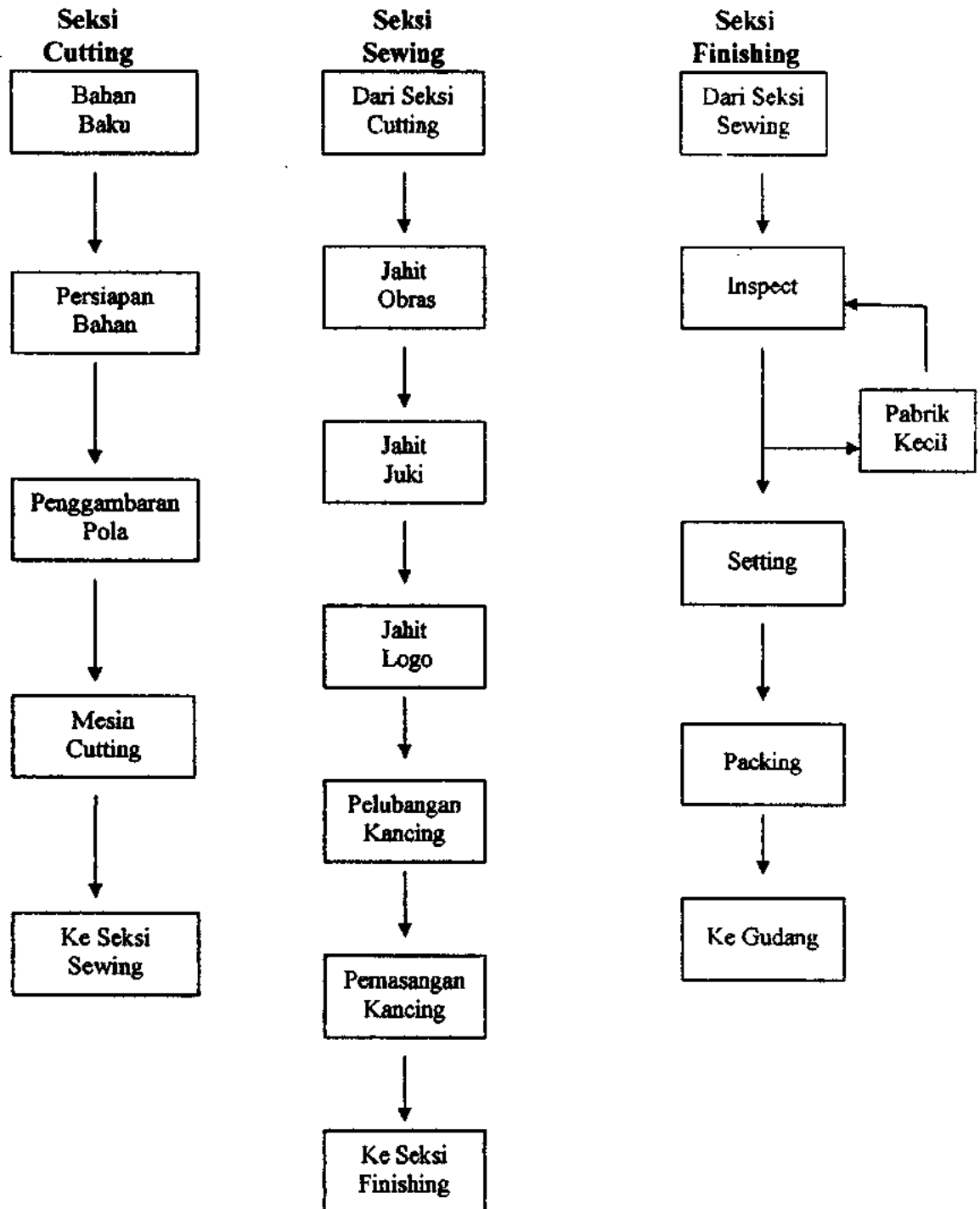
### 3) Seksi Finishing

Pada seksi finishing ini, barang jadi yang diterima dari seksi sewing dibawa ke unit inspect untuk diperiksa. Setelah lolos dari pemeriksaan, dimasukkan dalam sebuah alat setrika khusus (Setting Machine) untuk pakaian. Setelah melalui proses ini pakaian yang telah menjadi pakaian jadi diserahkan ke unit packing yang bertanggung jawab atas pengemasan pakaian dalam plastik opp, sizing dan pengemasan dalam carton box, setelah itu disimpan dalam gudang sambil menunggu proses ekspor atau pengiriman lokal atas pakaian tersebut.

Proses produksi dari CV. Calco Kreasindo dapat dilihat pada gambar II (halaman 51).



**PROSES PRODUKSI PAKALAN JADI  
CV. CALCO KREASINDO**



**Gambar II**

### **3.1.6. Pemasaran Hasil Produksi**

Dalam rangka menembus pasaran dunia, hasil produksi CV. Calco Kreasindo dipasarkan melalui broker/perantara yang berada di Jakarta. Sampai saat ini tujuan utama dari CV. Calco Kreasindo adalah mengekspor produknya ke berbagai negara didunia, terutama ke Singapura, Malaysia dan Nigeria. Pasaran terbesar hasil produksi CV. Calco Kreasindo adalah Malaysia dan Singapura yang mencapai 55% dari total produksi, pasaran lokal 35%.

### **3.1.7. Personalia Perusahaan**

CV.Calco Kreasindo dalam menjalankan produksinya didukung oleh karyawan tetap dan karyawan harian yang jumlahnya 353 orang. Keseluruhannya mayoritas merupakan karyawan perempuan, yaitu 321 orang dan sisanya karyawan laki-laki. Hal ini dikarenakan karyawan perempuan banyak dan mudah diperoleh disekitar pabrik. Jumlah karyawan 353 orang tersebut terdiri dari:

- 1) Tenaga kerja tidak langsung 33 orang
- 2) Tenaga kerja langsung sebanyak 230 orang yang dibagi sebagai berikut:
  - a) bagian cutting : 95 orang
  - b) bagian sewing : 175 orang
  - c) bagian finishing : 50 orang

Hari kerja yang berlaku pada CV. Calco Kreasindo adalah 6 hari kerja, yaitu Senin sampai Sabtu dengan jam kerja:

Hari Senin sampai dengan Sabtu masuk mulai jam 08.00 sampai dengan jam 16.00, istirahat jam 12.00 sampai dengan jam 13.00, kecuali hari jumat istirahat jam 11.45 sampai dengan 12.45

Selain jam kerja tersebut maka dihitung sebagai jam kerja lembur. Jam kerja lembur ada 2 macam, yaitu:

- 1) Mulai jam 07.00 – 08.00 (1 jam)
- 2) Mulai jam 16.00 – 18.00 (2 jam)

Sistem pengupahan yang digunakan pada CV. Calko Kreasindo adalah sebagai berikut:

1) Sistem upah bulanan

Sistem upah bulanan diberikan kepada karyawan tetap atau pegawai kantor yang diberikan pada setiap akhir bulan.

2) Sistem upah harian

Sistem upah harian diberikan kepada karyawan pabrik atau tenaga kerja langsung yang diberikan seminggu sekali yaitu diberikan setiap pada hari Sabtu.

Upah yang diberikan kepada semua karyawan tersebut terdiri atas beberapa jenis, yaitu:

A. Karyawan tetap atau kantor

- a) Gaji bulanan tetap, bervariasi sesuai dengan tanggung jawabnya.
- b) Uang makan
- c) Tunjangan Masa Kerja
- d) Bonus
- e) Tunjangan Hari Raya, sebesar 1 bulan gaji

B. Karyawan harian

- a) Upah pokok
- b) Tunjangan masa kerja

- c) Uang makan
- d) Insentif, Bonus, sesuai dengan prestasi kerja
- e) Astek
- f) Tunjangan Hari Raya, sebesar 1 bulan gaji
- g) Tunjangan sosial

### **3.2. Data Khusus**

#### **3.2.1. Kebijakan Perusahaan dalam Hal Kualitas**

Perusahaan dalam upaya mendapatkan kualitas yang tepat maka diperlukan kebijakan yang tepat pula. Aktivitas yang berkaitan dengan peningkatan atau pengendalian kualitas produksi pakaian jadi yang dilakukan perusahaan meliputi :

1. Pelatihan karyawan, perusahaan melakukan pelatihan atau training bagi para karyawannya agar mereka handal dan mampu dengan baik dalam melakukan tugas-tugas mereka.
2. Perawatan dan pemeliharaan mesin-mesin produksi yang digunakan agar selalu dapat berfungsi dengan optimal.
3. Pemberiaan bonus atau insentif, dilakukan perusahaan agar para karyawan merasa dihargai dan menambah motivasi bagi karyawan untuk bekerja dengan giat.
4. Pemeriksaan bahan baku yang akan digunakan sangat diperlukan , karena produk pakaian jadi yang dihasilkan baik jika bahan baku yang digunakan baik.
5. Dibentuk unit pemeriksaan produk jadi, yang bertugas melakukan pengawasan terhadap kualitas produk yang dihasilkan.

### **3.2.2. Pengendalian Kualitas**

Pengendalian kualitas bertujuan untuk menghasilkan pakaian jadi yang memenuhi standar yang ditetapkan. Pengendalian ini meliputi pengawasan kualitas pada proses produksi dan kontrol kualitas pada bahan baku dan produk jadi.

Kebijaksanaan yang diterapkan oleh CV. Calco Kreasindo terhadap pengawasan kualitas terdapat pada seksi sewing dimana dibentuknya unit pemeriksa yang khusus menangani masalah quality control dari produk yang dihasilkan. Khusus untuk produk yang tidak lolos pemeriksaan akan dimasukkan ke unit PK (pabrik kecil) yang khusus menangani perbaikan dan penyempurnaan hasil. Dari unit PK hasil produksi akan diperiksa lagi oleh unit pemerisaan untuk menentukan bahwa barang yang dihasilkan telah memenuhi standar perusahaan.

#### **1. Pemeriksaan kualitas bahan baku**

Sebelum bahan baku diproses mejadi pakaian jadi akan dilihat mutu dari bahan baku tersebut bisa digunakan atau tidak. Standar yang ditetapkan perusahaan dalam menentukan kualitas bahan baku yang akan digunakan :

##### **a. Bahan baku utama yang berupa kain**

- serat kain baik dan tidak saling tumpuk
- warna terang dan rata
- corak sama
- tidak luntur pada kain yang berwarna
- ukuran panjang dan lebar standar

##### **b. Bahan baku penolong**

bahan penolong yang dipesan sesuai dengan jenis yang dipesan serta memperhatikan kondisi bahan dalam keadaan baik dan tidak cacat.

## 2. Pemeriksaan kualitas produk jadi

Pemeriksaan dilakukan pada hasil dari proses produksi, pemeriksaan ini meliputi:

- pakaian jadi yang baik potongannya serta jahitannya
- pemasangan merk atau logo yang baik
- kesesuaian ukuran produk dengan desain
- kemasan yang digunakan dalam keadaan baik

### Data Laporan Keuangan CV. Calco Kreasindo

CV. Calco Kreasindo dalam melaporkan data laporan keuangannya menggunakan pola per semester atau setiap enam bulan sekali. Hal ini dilakukan demi memudahkan perusahaan untuk melakukan pengambilan keputusan manajemen apabila diketahui adanya kesalahan pada rentang produksi satu semester dan juga apabila ada penerapan kebijakan baru manajemen bagi kemajuan perusahaan.

Berikut ini disajikan data persentase produk rusak yang terdapat pada CV. Calco Kreasindo dari tahun 2003 semester I sampai dengan tahun 2005 semester I.

Tahun	Semester	Total Produksi (unit)	Produk Rusak (unit)	% Produk Rusak Dari Total Produksi
2003	I	410,406	11,738	2.86%
2003	II	435,504	10,234	2.35%
2004	III	405,767	8,399	2.07%
2004	IV	447,925	11,153	2.49%
2005	V	426,224	8,439	1.98%

Sumber laporan biaya kualitas CV. Calco Kreasindo

Berikut ini disajikan ringkasan laporan keuangan CV. Calco Kreasindo dari tahun 2003 semester I sampai dengan tahun 2005 semester I.

Laporan Biaya Produksi  
CV. Calco Kreasindo

Keterangan	Tahun 2003		Tahun 2004		Tahun 2005 Semester I
	Semester I	Semester II	Semester I	Semester II	
<b>Biaya Produksi</b>					
<b>Bahan baku</b>					
Biaya bahan baku	Rp 1,663,113,000	Rp 1,719,365,650	Rp 1,578,419,400	Rp 1,954,894,700	Rp 1,689,386,750
Biaya pemeriksaan bahan baku	Rp 20,047,500	Rp 22,287,500	Rp 25,337,500	Rp 24,687,000	Rp 26,200,000
<b>Tenaga kerja langsung</b>					
Biaya gaji dan upah	Rp 200,274,400	Rp 226,794,500	Rp 293,301,600	Rp 342,174,500	Rp 371,565,800
Biaya bonus dan insentif karyawan	Rp 21,200,000	Rp 29,949,400	Rp 33,720,000	Rp 30,300,000	Rp 30,300,000
Biaya lembur	Rp 108,031,300	Rp 35,880,000	Rp 24,014,400	Rp 56,079,200	Rp 17,585,800
<b>Overhead pabrik</b>					
Biaya bahan penolong	Rp 498,933,900	Rp 515,809,700	Rp 473,525,800	Rp 586,468,400	Rp 506,816,000
Biaya pemeriksaan produk jadi	Rp 22,670,000	Rp 25,627,500	Rp 25,627,500	Rp 31,826,000	Rp 35,454,800
Biaya proses uang	Rp 34,932,850	Rp 38,319,125	Rp 33,182,200	Rp 32,526,250	Rp 26,097,800
Biaya listrik	Rp 18,989,000	Rp 20,165,500	Rp 21,000,500	Rp 21,526,500	Rp 22,365,000
Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin	Rp 13,576,800	Rp 14,340,500	Rp 16,663,400	Rp 15,212,500	Rp 17,212,500
Biaya depresiasi mesin	Rp 15,000,000	Rp 15,000,000	Rp 15,000,000	Rp 15,000,000	Rp 15,000,000
Biaya depresiasi gedung	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000
Biaya pemeliharaan gedung	Rp 1,200,000	Rp 1,200,000	Rp 1,200,000	Rp 1,200,000	Rp 1,200,000
Biaya sisa bahan	Rp 78,206,175	Rp 55,764,500	Rp 46,658,250	Rp 57,478,800	Rp 44,482,650
Biaya overhead pabrik lain-lain	Rp 162,046,875	Rp 53,820,225	Rp 36,021,650	Rp 84,119,150	Rp 26,378,900
<b>Total Biaya Produksi</b>	Rp 2,860,721,800	Rp 2,776,824,100	Rp 2,626,172,200	Rp 3,255,993,000	Rp 2,832,546,000

Laporan Biaya Administrasi dan Umum  
CV. Calco Kreasindo

Keterangan	Tahun 2003		Tahun 2004		Tahun 2005	
	Semester I	Semester II	Semester I	Semester II	Semester I	Semester II
<b>Biaya Administrasi dan Umum</b>						
Biaya gaji direktur dan staf	Rp. 66,234,400	Rp. 68,221,400	Rp. 71,632,500	Rp. 76,651,000	Rp. 104,825,500	
Biaya penerimaan dan pelatihan karyawan	Rp. 14,766,500	Rp. 16,975,000	Rp. 17,875,000	Rp. 16,353,000	Rp. 20,230,000	
Biaya alat tulis dan cetak	Rp. 3,589,500	Rp. 3,654,300	Rp. 3,786,900	Rp. 3,825,700	Rp. 5,687,000	
Biaya surat menyurat	Rp. 305,000	Rp. 259,000	Rp. 369,000	Rp. 356,000	Rp. 263,000	
Biaya telepon dan fax	Rp. 24,125,500	Rp. 26,875,000	Rp. 25,675,300	Rp. 27,025,600	Rp. 29,857,600	
Biaya asuransi dan kesehatan	Rp. 20,526,000	Rp. 22,689,000	Rp. 24,873,500	Rp. 25,684,500	Rp. 27,987,000	
Biaya pajak	Rp. 4,256,000	Rp. 5,659,000	Rp. 6,784,000	Rp. 7,546,500	Rp. 9,457,000	
Biaya konsumsi	Rp. 98,650,000	Rp. 109,560,000	Rp. 118,560,000	Rp. 124,025,000	Rp. 136,620,000	
Biaya reparasi dan pemeliharaan kendaraan	Rp. 3,500,000	Rp. 4,250,000	Rp. 5,602,500	Rp. 5,805,000	Rp. 8,745,600	
Biaya depresiasi kendaraan	Rp. 7,200,000	Rp. 7,200,000	Rp. 7,200,000	Rp. 7,200,000	Rp. 7,200,000	
Biaya administrasi dan umum lain-lain	Rp. 12,752,225	Rp. 20,329,400	Rp. 22,925,800	Rp. 20,318,200	Rp. 25,932,300	
<b>Total Biaya Administrasi dan Umum</b>	Rp. 255,905,125	Rp. 285,672,100	Rp. 305,284,500	Rp. 314,790,500	Rp. 376,805,000	



Laporan Biaya Pemasaran  
CV. Calco Kresindo

Keterangan	Tahun 2003		Tahun 2004		Tahun 2005
	Semester I	Semester II	Semester I	Semester II	Semester I
Biaya pengepakan	Rp. 14,827,600	Rp. 17,183,500	Rp. 17,368,000	Rp. 17,197,500	Rp. 18,000,000
Biaya promosi dan sampel	Rp. 5,100,000	Rp. 5,400,000	Rp. 5,700,000	Rp. 6,000,000	Rp. 12,000,000
Biaya transport penjualan	Rp. 35,825,000	Rp. 38,957,500	Rp. 36,582,500	Rp. 42,635,500	Rp. 48,564,000
Biaya pemasaran lain-lain	Rp. 24,223,900	Rp. 25,574,500	Rp. 29,064,500	Rp. 23,152,000	Rp. 12,288,000
<b>Total Biaya Pemasaran</b>	Rp. 79,976,500	Rp. 87,115,500	Rp. 88,715,000	Rp. 88,985,000	Rp. 90,852,000

Laporan Biaya Non Operasional  
CV. Calco Kresindo

Keterangan	Tahun 2003		Tahun 2004		Tahun 2005
	Semester I	Semester II	Semester I	Semester II	Semester I
Biaya bunga dan cicilan bank	Rp. 45,127,500	Rp. 45,132,100	Rp. 45,138,900	Rp. 45,141,250	Rp. 135,145,300
Biaya diluar usaha	Rp. 456,000	Rp. 325,000	Rp. 316,000	Rp. 759,800	Rp. 864,500
Biaya restribusi	Rp. 1,200,000	Rp. 1,200,000	Rp. 1,200,000	Rp. 1,200,000	Rp. 1,800,000
<b>Total Biaya Non Operasional</b>	Rp. 46,783,500	Rp. 46,657,100	Rp. 46,654,900	Rp. 47,101,050	Rp. 137,809,800

Laporan Pendapatan Non Operasional  
CV. Calco Kreasindo

Keterangan	Tahun 2003		Tahun 2004		Tahun 2005
	Semester I	Semester II	Semester I	Semester II	Semester I
Pendapatan Non Operasional					
Pendapatan jasa giro	Rp. 1,275,000	Rp. 1,321,000	Rp. 1,389,000	Rp. 1,412,500	Rp. 1,453,000
Laba penjualan aktiva	Rp. 15,525,000	Rp. 18,856,000	Rp. 69,585,000	Rp. 0	0
Pendapatan lain-lain	Rp. 6,250,000	Rp. 1,580,000	Rp. 5,600,000	Rp. 1,200,000	Rp. 0
<b>Total Pendapatan Non Operasional</b>	<b>Rp. 23,050,000</b>	<b>Rp. 21,757,000</b>	<b>Rp. 76,574,000</b>	<b>Rp. 2,612,500</b>	<b>Rp. 1,453,000</b>

Laporan Net Income  
CV. Calco Kreasindo

Keterangan	Tahun 2003		Tahun 2004		Tahun 2005
	Semester I	Semester II	Semester I	Semester II	Semester I
Pendapatan penjualan	Rp. 3,972,917,300	Rp. 4,071,065,700	Rp. 3,625,935,300	Rp. 4,510,466,500	Rp. 4,366,326,400
Pendapatan non operasional	Rp. 23,050,000	Rp. 21,757,000	Rp. 76,574,000	Rp. 2,612,500	Rp. 1,453,000
<b>Total Pendapatan</b>	<b>Rp. 3,995,967,300</b>	<b>Rp. 4,092,822,700</b>	<b>Rp. 3,702,509,300</b>	<b>Rp. 4,513,079,000</b>	<b>Rp. 4,367,779,400</b>
Biaya produksi	Rp. 2,860,721,800	Rp. 2,776,824,100	Rp. 2,626,172,200	Rp. 3,255,993,000	Rp. 2,832,546,000
Biaya administrasi dan umum	Rp. 255,905,125	Rp. 285,672,100	Rp. 305,284,500	Rp. 314,790,500	Rp. 376,805,000
Biaya pemasaran	Rp. 79,976,500	Rp. 87,115,500	Rp. 88,715,000	Rp. 88,985,000	Rp. 90,852,000
Biaya non operasional	Rp. 46,783,500	Rp. 46,657,100	Rp. 46,654,900	Rp. 47,101,050	Rp. 135,145,300
<b>Total Biaya</b>	<b>Rp. 3,243,386,925</b>	<b>Rp. 3,196,268,800</b>	<b>Rp. 3,066,826,600</b>	<b>Rp. 3,706,869,550</b>	<b>Rp. 3,435,348,300</b>
<b>Net Income</b>	<b>Rp. 752,580,375</b>	<b>Rp. 896,553,900</b>	<b>Rp. 635,682,700</b>	<b>Rp. 806,209,450</b>	<b>Rp. 932,431,100</b>