

BERKALA ILMIAH MAHASISWA AKUNTANSI

VOL 1, NO. 2, MARET 2012

PERAN FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL
TERHADAP *AUDIT DELAY*
Robby Sugiarto

RISIKO MANAJEMEN DAN RISIKO *GOVERNANCE*
DENGAN PERENCANAAN AUDIT
Gunawan Santoso

PERAN SIKAP PROFESIONALISME AUDITOR INTERNAL
DALAM MENGUNGKAPKAN TEMUAN AUDIT
Devina Natalia

PERANCANGAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI
TERKOMPUTERISASI SIKLUS PENGGAJIAN UNTUK
MENINGKATKAN PENGENDALIAN INTERNAL PADA
PERUSAHAAN DISTRIBUTOR MINUMAN RINGAN
BERKARBONASI DI SURABAYA
Irene Rosalina

PERANAN *LOCUS OF CONTROL* DAN *JUSTICE* TERHADAP
ESKALASI KOMITMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PENGANGGARAN MODAL
Andrew Loekman

LAPORAN BIAYA KUALITAS SEBAGAI UPAYA PENGENDALIAN
KUALITAS PRODUK DALAM RANGKA MENINGKATKAN
DAYA SAING PERUSAHAAN
Stanley Bobby Sutanto

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
STOCK REPURCHASE PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR DI BEI
Aloysius Aditya Mastan

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PERSEDIAAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG BERGERAK
DI BIDANG PLASTIK
Christian Pradipta Wargono

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LUAS
PENGUNGKAPAN SUKARELA PADA PERUSAHAAN
INDUSTRI DASAR DAN KIMIA DI BEI
Hendra Surya Prasetyo

PERSEPSI AUDITOR INTERNAL TERHADAP
DETEKSI *FRAUD*
Yuanita Kurniawan

PERAN PRAKTEK *CORPORATE GOVERNANCE* SEBAGAI
MODERATING VARIABLE DARI PENGARUH *EARNINGS*
MANAGEMENT TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
Tanyawati

PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN TRANSAKSI
PIHAK YANG BERELASI TERHADAP DAYA INFORMASI
AKUNTANSI PADA PERUSAHAAN YANG
TERDAFTAR DI BEI
Laurent Silviana

EVALUASI TERHADAP SIKLUS PENDAPATAN DIVISI JASA
BENGKEL PT X SERTA PENGENDALIAN INTERNALNYA
Liem Sandra Salim

PERSPEKTIF TENTANG ETIKA PROFESI MENURUT
AKUNTAN PUBLIK DAN AKUNTAN PENDIDIK
DI SURABAYA
Fransiskus Haryo Widyasmono

PERBEDAAN PERSEPSI MAHASISWA SENIOR DAN JUNIOR
MENGENAI PROFESI AKUNTAN PADA PROGRAM S1 DI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Ang Hwi Hwoa

INDEPENDENDI DAN KUALITAS AUDITOR INTERNAL
TERHADAP TEMUAN AUDIT
Nova Triyanti Subiyanto

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *AUDIT*
DELAY PADA PERUSAHAAN DI SEKTOR KEUANGAN
Felisiane Kurnia Santoso

DAMPAK *E-COMMERCE* TERHADAP PENGENDALIAN
INTERNAL DAN PROSES AUDIT
Virtania Shieldsa Wijono

DAMPAK *ENTERPRISE RISK MANAGEMENT* PADA
FUNGSI AUDIT INTERNAL
Lisa Shelvia

PENGUNAAN AKAD *MURABAHAH* DALAM PEMBIAYAAN
KEPEMILIKAN RUMAH DENGAN SISTEM *MUSYARAKAH*
Aurellia Gatta Anandya

TELAAH TEORITIS STRUKTUR KEPEMILIKAN DALAM
TEORI KEGENAN
Eilien Tjandra

JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS
UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA



Editorial Staff
BERKALA ILMIAH MAHASISWA AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS
UNIKA WIDYA MANDALA



Ketua Redaksi

Yohanes Harimurti, SE, MSi, Ak
(Ketua Jurusan Akuntansi)

Mitra Bestari

Lindrawati, SKom, SE, MSi

J. C. Shanti, SE, MSi, Ak

C. Bintang Hari Yudhanti, SE, MSi

Teodora Winda Mulia, SE, MSi

Marini Purwanto, SE, MSi, Ak

Irene Natalia, SE, MSc, Ak

B I M M A

Staf Tata Usaha

Karin
Andreas Tuwo
Agus Purwanto

Alamat Redaksi

Fakultas Bisnis - Jurusan Akuntansi
Gedung Benediktus, Unika Widya Mandala
Jl. Dinoyo no. 42-44, Surabaya
Telp. (031) 5678478, ext. 122

LAPORAN BIAYA KUALITAS SEBAGAI UPAYA PENGENDALIAN KUALITAS PRODUK DALAM RANGKA MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN

STANLEY BOBBY SUTANTO

stanz090489@yahoo.com

ABSTRACT

Improving the quality of management in an effort to help improve the competitiveness of enterprises, as well as help the company remain competitive and continue to exist in a highly competitive business world. Companies can use to report the cost of quality control and quality cost information can be used by managers to assist in decision making. The company is not only concerned with such a large volume of sales in order to achieve maximum benefit, but should be more oriented towards improving the quality of products that can give satisfaction to the consumer. Consumer satisfaction is obtained from the company's efforts to improve the quality and control of product quality. With the company's ability to provide satisfaction to the consumer who buys a quality product, then in the long run the company will achieve optimal benefit. Thus the company can improve the competitiveness of enterprises in terms of sales and market share gains.

Keywords: *Quality Cost Reports, Quality Products, Competitive Companies*

PENDAHULUAN

Dalam era Globalisasi perusahaan dituntut untuk mempertahankan kelangsungan usaha dan mempertahankan laba usaha. Oleh karena itu penjualan merupakan salah satu indikator paling penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan bersaing dengan perusahaan lainnya, bila tingkat penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan besar maka laba yang dihasilkan oleh perusahaan itu pun akan besar agar tetap bisa menguasai atau memperoleh pasar penjualan. Salah satu usaha yang dilakukan perusahaan agar tetap bisa bersaing adalah meningkatkan kualitas hasil produksinya. Dengan hasil produk yang berkualitas, maka diharapkan para konsumen atau pelanggan akan tertarik dan membeli hasil produksi yang ditawarkan oleh perusahaan. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah meningkatkan kualitas produk tanpa adanya kenaikan biaya dan harga jual, di samping itu juga dengan meningkatkan kualitas produknya. Perusahaan dikatakan unggul dalam biaya jika dapat memproduksi produk dengan harga yang rendah dibandingkan dengan pesaing. Perusahaan yang memproduksi produk dengan harga yang rendah tidak menjadi jaminan perusahaan tersebut bisa berhasil, jika produk tersebut tidak mempunyai kualitas produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Kualitas produk itu berarti bahwa produk tersebut sesuai dengan desain dan spesifikasi produk tersebut dan memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan pada harga yang bersedia dibayar pelanggan. Dengan demikian, perusahaan yang bersaing dengan harga rendah, bukan berarti memilih untuk memproduksi dengan kualitas yang rendah namun produk dengan harga rendah tersebut harus memenuhi harapan pelanggan.

Tantangan utama perusahaan agar tetap bisa bersaing adalah bagaimana perusahaan dapat meminimalkan produk gagal yang dihasilkan dan menjaga kualitas produknya secara konsisten, serta menjaga harga produknya supaya tidak naik, sehingga tetap mendapatkan pangsa pasar. Namun pada kenyataannya kebanyakan perusahaan mengalami cacat produk saat proses produksinya, ini dapat mengakibatkan perusahaan menanggung retur pelanggan atau menanggung perbaikan barang. Perusahaan harus melakukan peningkatan kualitas produk dan menjaga kualitas produknya, agar tidak timbul citra buruk pada konsumennya. Strategi peningkatan kualitas produk dengan harga yang rendah tidak dapat lepas dari usaha pengendalian kualitas. Manajemen bertanggung jawab supaya kualitas dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Oleh karena itu, manajemen akan menempatkan biaya-biaya mana yang perlu dikeluarkan dan biaya-biaya yang tidak perlu dikeluarkan dalam meningkatkan kualitas produk agar mencapai standar kualitas yang ditentukan. Biaya yang dikeluarkan untuk meningkatkan kualitas produk tersebut disebut sebagai biaya kualitas.

Menurut Blocher dkk (2000:220) biaya kualitas merupakan biaya-biaya yang berkaitan dengan pencegahan, pengidentifikasian, perbaikan, dan pembetulan dari produk berkualitas rendah dengan *opportunity cost* dari hilangnya waktu produksi dan penjualan sebagai akibat rendahnya kualitas. Biaya kualitas muncul karena produk yang dihasilkan tidak memenuhi spesifikasi yang diinginkan oleh konsumen. Dengan kata lain, produk tersebut memiliki kualitas yang buruk, baik yang akan terjadi atau yang sudah terjadi dalam suatu perusahaan. Jika hal ini terjadi, maka perusahaan akan menekan biaya-biaya ini pada tingkat seminimum mungkin tanpa mengabaikan kualitas produk yang dihasilkan. Pengukuran dan pengendalian terhadap biaya kualitas akan dituangkan melalui laporan biaya kualitas supaya perusahaan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Gasperz (2006), ada 4 kategori biaya kualitas yaitu: biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya gagal internal, dan biaya gagal eksternal. Biaya pencegahan dan biaya penilaian sebagai aktivitas kontrol yang dilakukan perusahaan untuk menghindari atau mencegah kualitas buruk pada produk yang dihasilkan, sedang biaya gagal internal dan biaya gagal eksternal adalah aktivitas gagal yang dilakukan perusahaan untuk menanggapi kualitas buruk pada produk yang telah dihasilkan.

Pengendalian biaya kualitas dalam laporan biaya kualitas diharapkan meningkatkan kualitas produk. Peningkatan kualitas produk akan berdampak pada peningkatan penjualan sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Cara terbaik agar dapat meningkatkan daya saing perusahaan adalah menerapkan *Total Quality Management*. Penerapan *Total Quality Manajemen* dalam suatu perusahaan diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat utama bagi perusahaan, yaitu meningkatkan laba dan daya saing perusahaan. Laporan biaya kualitas digunakan para manajemen untuk meningkatkan keefektifan perusahaan dengan mengetahui besarnya biaya kualitas dan bagaimana biaya-biaya tersebut berubah dari waktu ke waktu. Selain itu untuk analisa dan pengelompokan jangka panjang dalam pengelompokan biaya-biaya kualitas ke dalam empat jenis biaya mana yang digunakan dengan efisien dan biaya mana yang tidak digunakan dengan efisien.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas pada makalah ini, maka fokus pembahasannya adalah bagaimana penggunaan laporan biaya kualitas sebagai alat bantu bagi manajemen dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penulisan makalah ini adalah untuk mengetahui penggunaan laporan biaya kualitas dapat membantu manajemen meningkatkan daya saing perusahaan. Adapun manfaat dari penulisan makalah ini agar dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang pentingnya penggunaan laporan biaya kualitas dalam membantu manajemen meningkatkan daya saing perusahaan.

PEMBAHASAN

Definisi Biaya Kualitas

Biaya kualitas merupakan biaya-biaya yang timbul dari semua kegiatan yang bertujuan untuk mencegah, menilai, dan memperbaiki kualitas dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu industri sehingga produk atau jasa dapat sesuai dengan harapan konsumen.

Gasperz (2006:92) mengemukakan biaya kualitas sebagai berikut:

- a) Biaya pencegahan, biaya yang dikeluarkan untuk mencegah terjadinya cacat dalam produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan demikian, semakin besar biaya pencegahan yang dikeluarkan, maka jumlah produk cacat yang dihasilkan akan berkurang. Berikut ini adalah macam-macam biaya pencegahan diantaranya adalah:
 1. Perencanaan kualitas: biaya-biaya yang berhubungan dengan aktivitas perencanaan kualitas secara keseluruhan, termasuk persiapan prosedur yang diperlukan untuk mengkomunikasikan rencana kualitas ke seluruh pihak yang berkepentingan.
 2. Penelaahan ulang produk baru: biaya-biaya yang berkaitan dengan rekayasa keandalan dan aktivitas-aktivitas lain yang terkait dengan kualitas yang berhubungan dengan pemberitahuan desain baru.
 3. Pelatihan: biaya-biaya yang berkaitan dengan penyiapan dan pelaksanaan program-program pelatihan yang berkaitan dengan kualitas.
 4. Pengendalian proses: biaya pengujian dalam proses untuk menentukan status dari proses.
 5. Pengumpulan dan analisis data kualitas: biaya yang berkaitan dengan evaluasi atas pelaksanaan aktivitas dalam rencana kualitas.
- b) Biaya penilaian adalah biaya yang dikeluarkan untuk menentukan produk dan jasa telah memenuhi persyaratan kualitas yang telah ditetapkan. Berikut ini yang termasuk dalam biaya penilaian adalah:
 1. Inspeksi bahan-bahan: biaya yang berkaitan dengan penentuan kualitas dari bahan yang dibeli.
 2. Inspeksi dan pengujian produk: biaya yang berkaitan dengan evaluasi tentang produk dalam proses terhadap persyaratan kualitas yang ditetapkan.
 3. Evaluasi persediaan: biaya yang berkaitan dengan pengujian produk dalam penyimpanan untuk degradasi kualitas.
- c) Biaya kegagalan internal, biaya yang terjadi karena ketidaksesuaian produk dengan spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan namun sudah terdeteksi sebelum produk dikirim ke konsumen. Yang termasuk biaya kegagalan internal adalah:
 1. Sisa bahan: biaya yang dikeluarkan akibat penggunaan bahan yang tidak maksimal, dalam arti lain pemborosan.
 2. Pengerjaan ulang atau perbaikan: biaya yang dikeluarkan untuk melakukan perbaikan (pengerjaan ulang) sebagai akibat dari ketidaksesuaian spesifikasi produk yang dihasilkan.
 3. Pengujian kembali: biaya yang dikeluarkan untuk menguji ulang produk yang telah mengalami perbaikan (pengerjaan ulang).
 4. *Down time*: biaya yang ditanggung karena adanya fasilitas menganggur sebagai akibat kesalahan atau kerusakan produk.
 5. Analisis kegagalan: biaya yang dikeluarkan untuk menganalisis kegagalan produk, agar dapat menentukan penyebab-penyebab kegagalan tersebut.
- d) Biaya kegagalan eksternal, biaya yang dikeluarkan karena terjadinya ketidaksesuaian produk dengan spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan, namun baru terdeteksi ketika produk berada atau telah sampai pada konsumen. Yang termasuk dalam biaya kegagalan eksternal:

1. Penanggungan keluhan pelanggan: biaya yang dikeluarkan untuk penyelidikan dan penyelesaian keluhan yang berkaitan dengan produk cacat.
2. Pengembalian produk: biaya yang berkaitan dengan pengembalian produk cacat yang dikembalikan oleh pelanggan.
3. Biaya garansi: biaya yang dikeluarkan untuk mengganti atau memperbaiki produk cacat yang masih dalam masa jaminan.

Potongan harga: biaya yang ditanggung karena produk yang dihasilkan tidak sesuai spesifikasi kualitas yang ditetapkan melalui pemotongan harga jual produk.

Pengukuran Biaya Kualitas

Menurut Hansen dan Mowen (2005:9) pengukuran biaya kualitas dapat diklasifikasikan sebagai biaya yang dapat diamati atau diobservasi dan biaya tersembunyi.

- a) Biaya kualitas yang dapat diobservasi adalah biaya-biaya yang tersedia dari pencatatan akuntansi organisasi.
- b) Biaya kualitas yang tersembunyi adalah biaya kesempatan yang dihasilkan dari kualitas buruk, misalnya adanya ketidakpuasan pelanggan yang dapat mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan dan akibat yang lebih jauh lagi adalah adanya penurunan pangsa pasar. Biaya tersembunyi juga termasuk dalam kategori biaya kegagalan eksternal. Biaya tersembunyi juga sangat berpengaruh dalam pangsa pasar, nilainya dapat diukur dengan cara estimasi.

Pelaporan Informasi Biaya Kualitas

Hansen dan Mowen (2001:984) menyatakan suatu sistem pelaporan biaya kualitas menjadi penting jika organisasi tersebut serius dengan biaya perbaikan dan pengontrolan kualitas. Langkah pertama yang sederhana dalam menciptakan sistem tersebut adalah dengan melaporkan biaya-biaya kualitas aktual saat ini. Daftar yang rinci dari biaya kualitas aktual per kategori dapat memberikan dua informasi penting. Pertama, daftar ini menunjukkan berapa yang dikeluarkan untuk tiap kategori biaya kualitas dan pengaruhnya terhadap laba. Kedua, daftar tersebut menunjukkan distribusi biaya kualitas dengan kategori, memungkinkan para manajer menilai kepentingan relatif tiap kategori.

Tiga tipe pengukuran dan pelaporan perkembangan atas biaya kualitas dalam suatu program peningkatan kualitas, yaitu:

- a) Laporan standar interim
Pada laporan ini menjelaskan bahwa tingkat biaya kualitas dianggarkan pada masing-masing kategori biaya kualitas dan pada akhir suatu periode biaya kualitas yang dianggarkan dibandingkan dengan biaya kualitas aktual. Pelaporan ini berguna bagi manajemen untuk mengukur seberapa besar kemajuan program perbaikan kualitas yang telah dicapai pada periode berjalan.
- b) Trend periode-ganda
Pada laporan ini, laporan biaya kualitas periode berjalan dibandingkan dengan biaya kualitas tahun sebelumnya. Laporan ini dapat membantu manajemen dalam mengevaluasi kemajuan program perbaikan kualitas yang telah dijalankan.
- c) Laporan kinerja kualitas jangka panjang
Laporan ini membandingkan biaya kualitas aktual periode sekarang dengan biaya yang diinginkan jika standar cacat nihil telah dipenuhi (diasumsikan tingkat penjualan sama dengan periode ini). Laporan ini dapat membantu manajemen mencapai sasaran cacat nihil.

Peningkatan Daya Saing

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan-perusahaan yang ada di seluruh dunia. Persaingan tersebut tidak hanya berdampak pada perusahaan besar dan multinasional, tapi juga berdampak pada perusahaan kecil dan menengah. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing, menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha untuk memenuhi harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar tetap bisa bersaing dan dapat meningkatkan daya saingnya dalam era globalisasi adalah dengan menjalankan *Total Quality Manajemen* (TQM). Menurut Tjiptono (2005: 4) *total quality management* adalah suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya. *Pengertian* TQM yang diungkapkan para ahli pada umumnya sama, yaitu sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *Total Quality Management* merupakan pendekatan manajemen sistematis yang berorientasi pada organisasi, pelanggan, dan pasar melalui kombinasi antara pencarian fakta praktis dan penyelesaian masalah guna menciptakan peningkatan secara signifikan dalam kualitas, produktifitas dan kinerja lain dalam perusahaan. Dasar pemikiran diperlukannya *Total Quality Management* sangatlah sederhana, yakni bahwa cara yang terbaik agar dapat bersaing dan unggul dalam persaingannya adalah dengan menghasilkan kualitas yang terbaik. Untuk menghasilkan kualitas yang terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan manusia, proses dan lingkungan serta memahami kebutuhan konsumen atas kualitas yang mereka inginkan dengan cara memanfaatkan informasi laporan biaya kualitas.

Jika dikaitkan dengan laporan biaya kualitas, dapat disimpulkan bahwa *total quality management* memiliki hubungan dengan laporan biaya kualitas. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan laporan biaya kualitas adalah sebagai alat bantu atau tolok ukur perusahaan yang menerapkan *total quality management*. Yaitu biaya pencegahan dan penilaian untuk membantu perusahaan dalam aktivitas kontrol sedangkan biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal termasuk dalam aktivitas kegagalan, dari laporan tersebut perusahaan dapat memanfaatkannya untuk melakukan perbaikan berkesinambungan, sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas yang dapat memuaskan konsumen.

Laporan Biaya Kualitas sebagai Pengendalian Kualitas Produk dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing

Dalam era persaingan global, perusahaan dituntut dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya dalam jangka panjang dan memiliki keunggulan bersaing. Kualitas yang bagus merupakan salah satu strategi bersaing yang dapat dipertahankan dalam jangka panjang. Dalam mendukung pelaksanaan strategi kualitas yang bagus tersebut perusahaan harus memperhatikan biaya yang digunakan untuk menghasilkan produk yang berkualitas tersebut.

Pengendalian kualitas adalah suatu usaha memastikan konsumen menerima produk yang berkualitas dan sesuai dengan harapan mereka. Pelaporan biaya kualitas dilakukan dengan membandingkan biaya kualitas aktual dengan standar biaya kualitas yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga perusahaan dapat menentukan langkah-langkah atau tindakan perbaikan terhadap aktivitas-aktivitas yang tidak perlu dilakukan, yang cenderung mengakibatkan pemborosan. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan penghematan yang cukup berarti dan dapat memberikan informasi bagi manajemen untuk perencanaan dan pengendalian kualitas.

Pelaporan biaya kualitas sangat berguna bagi perusahaan yang menaruh perhatian khusus terhadap perbaikan dan pengendalian kualitas, karena pelaporan biaya kualitas mempunyai tujuan utama untuk memperbaiki, dan mempermudah perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan manajerial sehinggadapat membantu manajer dalam meningkatkan daya saing penjualan dan perolehan pangsa pasar.

Menurut Dapurpacu.com, 3 prinsip Toyota jaga kualitas, sebagai contoh perusahaan yang mempunyai komitmen dalam peningkatan kualitas adalah perusahaan Toyota Indonesia atau sering disebut TMMIN. Toyota Indonesia mempunyai tiga prinsip yang menjadi acuan untuk memproduksi mobil-mobilnya. Tidak menerima cacat, tidak membuat cacat, tidak meneruskan cacat. Kualitas adalah perhatian utama mereka dalam memuaskan konsumen. Perbaikan kualitas yang dilakukan Toyota antara lain, pada setiap pergantian proses, pengecekan ulang selalu dilakukan di Quality Gate. Semua kendaraan yang sudah dicek per item juga harus melalui serangkaian tes akhir antara lain tes kebocoran, pengereman, hingga tampilan . tidak hanya itu saja, Toyota juga memperhatikan bahan baku, serta sumber daya yang digunakan, hingga proses produksi berakhir dan produk sudah layak untuk sampai ke tangan konsumen. Tidak hanya itu, Toyota Indonesia atau TMMIN mulai oktober tahun 2010 menambah investasi dengan ditambahkan line produksi dan menambah sumber daya manusia untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. Saat ini TMMIN memproduksi mobil-mobil penumpang seperti Inova, Avanza, Fortuner, dan Rush.

Tidak hanya dengan melakukan pengendalian kualitas saja, Toyota Indonesia juga melakukan strategi Total Quality Manajemen dalam usahanya agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Upaya-upaya yang dilakukan antara lain:

1. mendata identitas pembeli, sehingga membuat pembeli atau konsumen merasa mendapat perhatian khusus pada produk yang mereka beli.
2. Semua karyawan yang ada di toyota service merupakan karyawan yang mempunyai pengalaman dan pengetahuan dalam hal mesin mobil, sehingga konsumen dapat menanyakan dengan jelas apa permasalahan yang dihadapi.
3. Melakukan pergantian oli secara gratis pada 1000Km pertama. Dan memberikan service gratis pada 10.000 km.
4. Menyediakan spare-part asli untuk memperbaiki kerusakan yang dialami konsumen, sehingga tidak membuat konsumen bingung untuk memperbaiki mobilnya.

Dengan memperhatikan keluhan konsumen melalui strategi total quality manajemen dan analisis laporan biaya kualitas, serta meningkatkan kualitas produknya. Dapat membantu manajemen Toyota Indonesia untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, juga dapat mengurangi produk cacat yang dihasilkan. Sehingga membantu manajemen Toyota untuk meningkatkan daya saingnya dalam menguasai pangsa pasar mobil di Indonesia, hal ini terbukti dari banyaknya permintaan pasar atas produknya dan sedikit keluhan tentang kualitas produknya, serta banyaknya konsumen yang puas dengan produknya.

SIMPULAN

Laporan biaya kualitas sangat berperan dalam membantu manajemen mengambil keputusan untuk menentukan langkah-langkah awal yang akan mereka gunakan, untuk dapat memproduksi produk yang berkualitas serta tidak membutuhkan biaya yang sangat besar. Tidak hanya itu, manajer juga dapat mengambil keputusan jangka panjang dari laporan biaya kualitas, seperti meminimumkan biaya dan meningkatkan kualitas. Peningkatan kualitas akan berdampak positif terhadap respon konsumen. Dan membuat konsumen lebih loyal atau setia. Karena konsumen merasa kebutuhannya terpenuhi. Hal ini bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang,yaitu meningkatkan profitabilitas perusahaan. Serta rasa percaya konsumen pada perusahaan,yang pada akhirnya dapat mempengaruhi daya saing perusahaan dengan perusahaan lain dalam hal perolehan pangsa pasar.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada JTh. Budianto T., SE, ST, MM, Ak, QIA, selaku pembimbing dari tugas akhir makalah ini.

REFERENSI

- Blocher, E.J., K.H. Chen, dan T.W. Lin, 2000, *Manajemen Biaya*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Ciptani, M.K., 1999, Pengukuran Biaya Kualitas: Suatu Paradigma Alternatif, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol.1, No.1, Mei: 68-83.
- Dapurpacu.com., 2010, 3 Prinsip Toyota Jaga Kualitas, (<http://www.dapurpacu.com/3-prinsip-toyota-jaga-kualitas/>, diunduh 20 April 2012).
- Gasperz, V., 2006, *Strategi Dramatik Reduksi Biaya dan Pemborosan Menggunakan Pendekatan Lean-Sigma*, Edisi Pertama, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hansen, D.R., dan M.M. Mowen, 2001, *Manajemen Biaya*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- _____, 2005, *Akuntansi Manajemen*, Edisi Ketujuh, Jakarta: Salemba Empat.
- Latif, D.V., 2002, Manfaat Informasi Biaya Kualitas Dalam Persaingan Global, *UPT Perpustakaan Widya Tama*, Vol.4, No.1, Agustus: 1-9.
- Mulyadi, 2005, Berbagai macam pengertian biaya, (<http://tryusnita.wordpress.com/2009/05/06/biaya-berbagai-macam-pengertian-biaya/>, diunduh 12 Maret 2012)
- Nasution, M.N., 2005, *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Manajemen*, Edisi Kedua, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Simamora, H., 2002, *Akuntansi Manajemen*, Edisi Kedua, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Tjiptono, F., 2005, Prinsip-prinsip Total Quality Service, (http://digilib.ittelkom.ac.id/index.php?option=com_content&view=article&id=788:kualitas&catid=25:industri&Itemid=14, diunduh 7 Maret 2012).
- Tjiptono, F., dan A. Diana, 2005, *Total Quality Management*, Edisi Revisi, Yogyakarta: Andi.

B I M M A