

**ANALISIS INFORMASI BIAYA MUTU TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN PADA PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA
DI MAKASSAR**



OLEH
AGUSSALIM
A311 00 010

UNIVERSITAS	HASANUDDIN
Tgl. Terima	30-5-2007
Asal Dari	Fak. Ekonomi
Bany.	1 (Skr) elis.
Harpa	H
No. Invari	437
No. Klas	

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2007**

**ANALISIS INFORMASI BIAYA MUTU TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN PADA PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA
DI MAKASSAR**

OLEH

**AGUSSALIM
A311 00 010**

**SKRIPSI SARJANA LENGKAP UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI PADA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

DISETJUI OLEH :

PEMBIMBING I

Drs. RUSMAN THOENG, M.COM, BAP, Ak

PEMBIMBING II

Dra. Hj. NIRWANA, Msi, Ak

**ANALISIS INFORMASI BIAYA MUTU TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN PADA PT MEGAHPUTRA SEJAHTERA
DI MAKASSAR**

OLEH
AGUS SALIM
A 311 00 010

TELAH DIUJI DAN LULUS TANGGAL 03 MEI 2007

TIM PENGUJI


<u>Nama Penguji</u>	<u>Jabatan</u>	<u>Tanda Tangan</u>
1. Drs. Rusman Thoeng, M.Com,BAP,Ak.	(Ketua.FE-UH)	
2. Dra. Hj. Nirwana, M.Si, Ak	(Sekretaris, FE-UH)	
3. Dra. Hj. Sri Sundari, M.Si,Ak	(Anggota FE-UH)	
4. Drs. Abdul Rahman, Ak	(Anggota FE-UH)	

DISETUJUI OLEH,

Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi
Universitas Hasanuddin
Ketua


Drs. H. Amiruddin, M.Si., Ak

Tim Penguji
Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi Unhas
Ketua


Drs. Rusman Thoeng, M.Com,BAP, Ak

KATA PENGANTAR

Tak ada kata yang pantas diucapkan oleh seluruh makhluk di alam ini selain kata Alhamdulillah segala puji hanya bagi Allah SWT Maha Pemilik dan Maha Berkehendak atas segala sesuatu yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini yang masih jauh dari kesempurnaan. Walaupun terlalu banyak kesulitan dan cobaan yang penulis alami selama perampungan skripsi ini. Dan tak lupa penulis kirimkan salam dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga beliau, sahabat-sahabatnya, dan seluruh kaum muslimik yang masih beriman kepada-Nya yang telah berjuang membawa cahaya ilmu sampai ke seluruh dunia.

Pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. H. Amiruddin, MSi, Ak selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar.
2. Bapak Drs. Rusman Thoeng, M.COM, BAP, Ak sebagai Pembimbing I dan Ibu Dra. Hj. Nirwana, MSi, Ak sebagai Pembimbing II, yang telah banyak memberikan saran, bimbingan dan motivasinya.
3. Bapak dan Ibu dosen, atas segala ilmu dan bimbingan selama ini, serta staf pegawai atas segala pelayanan yang telah diberikan selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Jurusan Akuntansi Makassar.

4. Kedua orang tua tercinta yang telah memelihara dan membesarkan penulis dengan penuh cinta, kasih sayang, doa, jerih payahnya serta motivasi selama ini (kalian adalah sebagian dari jiwaku dan seandainya seluruh kebaikan dan isi dunia ini disatukan, maka tak akan mampu membalas kebaikan yang telah kalian berikan kepada penulis).
5. Saudara-saudara penulis terima kasih atas perhatian dan dorongannya selama ini.
6. Pimpinan PT. Megahputra Sejahtera di Makassar yang telah memberikan bantuan di dalam pengambilan data sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada semua teman-teman yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan saran-saran yang berguna dalam penyusunan skripsi ini.
8. Dan semua pihak yang telah membantu penulis baik moril maupun materiil yang tak sempat penulis sebut namanya, terima kasih yang sebesar-besarnya, semoga kebaikan kalian akan dibalas oleh Allah SWT dan menjadi pahala di sisi-Nya, Amin.

Akhir kata atas segala perhatian dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah diberikan kepada penulis besar harapan akan mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT, dan mohon maaf dari penulis.

Makassar, Desember 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR SKEMA	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Masalah Pokok	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II METODE PENELITIAN	5
2.1. Daerah Penelitian.....	5
2.2. Metode Pengumpulan Data.....	5
2.3. Jenis dan Sumber Data.....	6
2.4. Metode Analisis.....	6
2.5. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB III LANDASAN TEORI.....	9
3.1. Pengertian Mutu	9
3.2. Pengertian Biaya	14
3.3. Klasifikasi Biaya	17
3.4. Pengertian Pengendalian Mutu	24
3.5. Faktor-faktor yang Berpengaruh Dalam Pengendalian Mutu	28

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	31
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	31
4.2. Struktur Organisasi Perusahaan	33
4.3. Uraian Tugas	36
4.4. Proses Produksi.....	44
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
5.1. Analisis Biaya Mutu Produk	47
5.2. Analisis Penerapan Informasi Biaya Mutu Atas Penjualan	55
5.3. Analisis Regresi Linier Sederhana	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN	65
6.1. Kesimpulan	65
6.2. Saran-saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL I	ANGGARAN BIAYA MUTU MIE INSTAN PT MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR TAHUN 2004 S/D TAHUN 2005 52
TABEL II	REALISASI ANGGARAN BIAYA MUTU MIE INSTAN PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR TAHUN 2003 S/D 2004 54
TABEL III	PERBANDINGAN BIAYA MUTU TERHADAP PENJUALAN PADA PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR TAHUN 2004 S/D TAHUN 2005 55
TABEL IV	PERHITUNGAN VARIANS BIAYA MUTU PADA PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR TAHUN 2004 57
TABEL V	PERHITUNGAN VARIANS BIAYA MUTU PADA PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR TAHUN 2005..... 60
TABEL VI	BESARNYA BIAYA MUTU (BIAYA PENCEGAHAN, BIAYA PENILAIAN, DAN BIAYA KEGAGALAN EKSTERNAL DAN TINGKAT KESALAHAN PRODUK 62
TABEL VII	HASIL PERHITUNGAN KOEFISIEN REGRESI MELALUI PROGRAM KOMPUTERISASI 63

DAFTAR SKEMA

		Halaman
SKEMA I	STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR	35
SKEMA II	PROSES PRODUKSI MIE INSTANT PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan dalam memproduksi barang atau jasa bertujuan mencari keuntungan melalui penjualan barang atau jasa kepada konsumen sesuai dengan harga dan mutu yang direncanakan. Dengan demikian, diharapkan perusahaan dapat menjamin kelangsungan hidupnya dan bahkan mengembangkan usahanya.

Suatu produk dibuat melalui proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi barang setengah jadi dan akhirnya menjadi barang jadi (*finished goods*) berdasarkan mutu yang diciptakan. Secara umum pengertian produksi adalah suatu proses dimana barang atau jasa diciptakan (*production is the process by which goods and services are created*). Proses produksi terjadi karena adanya interaksi antara berbagai faktor produksi seperti input (berupa bahan baku, tenaga kerja, mesin dan sebagainya) bersatu padu untuk menciptakan barang (jasa) yang mempunyai nilai tambah dan nilai guna yang lebih tinggi yang diperlukan konsumen.

Interaksi antara faktor produksi dalam perusahaan produksi dapat dinyatakan sebagai proses produksi yang dapat dicampuradukannya bahan baku, tenaga kerja, mesin, dan bahan-bahan lain dalam proses produksi. Interaksi ini akan dapat menghasilkan suatu produk yang mempunyai nilai tambah dan nilai guna yang lebih besar bagi konsumen.

Produksi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan barang (jasa) lain yang mempunyai nilai tambah dan nilai guna yang lebih besar berdasarkan prinsip ekonomi manajerial atau ekonomi perusahaan. Adapun prinsip ekonomi manajerial yang dimaksud adalah prinsip produksi harus dijalankan dengan cara meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan. Meminimumkan biaya berarti setiap pengeluaran biaya untuk proses pembuatan suatu barang diusahakan seefisien mungkin. Sedangkan pengertian memaksimalkan penghasilan berarti agar barang (jasa) yang dihasilkan harus laku dipasarkan dengan perolehan yang paling optimum.

Hal ini perlu ditekankan bahwa konsep produksi barang dengan cara asal jadi harus sepenuhnya ditinggalkan. Bila tidak, hal ini akan mengakibatkan barang yang dihasilkan tidak laku. Seperti diketahui bahwa konsumen masa kini lebih baik dalam tingkat kehidupannya, sehingga mereka akan lebih memilih barang dengan mutu yang terbaik.

Seperti diketahui bahwa mutu produk bukan suatu yang serba kebetulan (*occur by accident*). Untuk mencapai mutu suatu produk, perusahaan harus membuat perencanaan, melaksanakan, dan mengawasinya secara total. Tetapi untuk mencapai hal tersebut, tentunya harus diketahui dan dipahami secara mendalam tentang apa yang dimaksud dengan mutu. Mutu suatu produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan.

Secara umum manajemen produksi meliputi kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa secara tepat, mutu jumlah, maupun waktunya, dengan biaya yang minimum. Dalam rangka memenuhi tugas manajemen produksi seperti disebutkan di atas, sistem informasi produksi berperan untuk memberikan informasi berbagai fasilitas produksi secara benar, lengkap, dan tepat waktu, sehingga pimpinan perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang efektif dalam upaya melaksanakan proses produksi.

PT. Megahputra Sejahtera di Makassar adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri mie, dalam melaksanakan pengelolaan produksi mie maka salah satu faktor yang berpengaruh dalam peningkatan penjualan adalah perlunya ditunjang oleh adanya perbaikan mutu produksi mie. Oleh karena itulah maka perlunya ditunjang oleh adanya biaya mutu.

Dalam pengelolaan produksi mie maka tujuan dengan biaya mutu adalah untuk mengurangi tingkat kerusakan produksi mie. Sehingga dengan pentingnya biaya mutu maka perlunya penerapan informasi biaya mutu terhadap peningkatan penjualan mie.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik dalam memilih judul :

” Analisis Informasi Biaya Mutu Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Megahputra Sejahtera di Makassar.”

1.2 Masalah Pokok

Pokok permasalahan yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

“ Apakah penerapan informasi biaya mutu yang dilakukan oleh perusahaan dapat mengurangi tingkat kerusakan produk pada PT. Megahputra Sejahtera di Makassar “

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk melihat bagaimana penerapan informasi biaya mutu yang dilakukan oleh perusahaan dalam penjualan mie.
2. Untuk melihat bagaimana penerapan informasi biaya mutu yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi perusahaan mengenai penerapan informasi biaya mutu dalam menjalankan kegiatan operasinya perusahaan.
2. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan mengenai penerapan informasi biaya mutu dalam kaitannya dengan peningkatan penjualan di masa yang akan datang.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Daerah Penelitian

Penelitian ini diadakan di kota Makassar tepatnya pada pabrik mie PT. Megahputra Sejahtera yang berlokasi di Jalan Gunung Latimojong No. 131.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, metode yang digunakan penulis sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan yaitu penelitian dengan mengadakan wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan atau karyawan bagian produksi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

2. Penelitian Pustaka (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan yaitu penelitian dengan terlebih dahulu mempelajari dan mengkaji literatur-literatur yang erat kaitannya dengan judul serta bahan bahan kuliah yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan yang dilakukan guna mendapatkan landasan teori yang tujuannya untuk memperoleh informasi melalui literatur-literatur atau berbagai referensi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2.3 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah :

- a) Data kualitatif, yaitu data dalam bentuk kalimat baik lisan maupun tulisan yang mempunyai arti dan nilai tersendiri yang berperan sebagai pendukung analisis lebih lanjut seperti jenis produk yang dijual, tugas dan tanggung jawab karyawan bagian produksi, serta aliran proses produksi.
- b) Data kuantitatif, yaitu data dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung seperti jumlah produksi per hari, jumlah biaya yang dikeluarkan dan lain-lain yang relevan dengan penulisan ini.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penulisan ini berasal dari :

- Data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari perusahaan dengan cara melakukan pengamatan dan wawancara langsung kepada pimpinan perusahaan, staf, dan para karyawan.
- Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui catatan atau dokumen yang dimiliki oleh perusahaan yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

2.4 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode regresi.

Adapun langkah-langkah penyusunan biaya mutu adalah sebagai berikut :

1. Pengidentifikasi unsur-unsur biaya mutu adalah suatu analisis yang menguraikan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam mengidentifikasi biaya mutu, yang terdiri dari :
 - a) Biaya pencegahan
 - b) Biaya penilaian mutu/kualitas
 - c) Biaya gagal internal
 - d) Biaya gagal eksternal
2. Pengukuran presentase biaya mutu terhadap penjualan adalah suatu analisis untuk melihat perbandingan antara biaya mutu yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan volume penjualan, dengan menggunakan rumus :

$$\% \text{ biaya mutu} = \frac{\text{Biaya mutu}}{\text{Penjualan}}$$

3. Membandingkan unsur-unsur biaya mutu dengan tingkat kerusakan produk dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Y = Tingkat kerusakan produk (ton)

b_0 = Nilai konstan

X_1 = Biaya pencegahan (Rupiah)

X_2 = Biaya penilaian (Rupiah)

X_3 = Biaya kegagalan eksternal (Rupiah)

2.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dan melihat dan memahami apa yang akan dibahas dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis menguraikan beberapa bab yang terdiri dari :

Bab I merupakan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, masalah pokok, tujuan dan kegunaan penelitian.

Bab II mengemukakan metode penelitian yang berisi daerah dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, metode analisis, sistematika pembahasan.

Bab III landasan teori yang berisi pengertian mutu, pengertian biaya, klasifikasi biaya, pengertian pengendalian mutu, faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengendalian mutu.

Bab IV gambaran umum perusahaan yang berisikan sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan, *job description*, proses produksi mie.

Bab V merupakan bab analisis yang membahas tentang analisis penerapan informasi biaya mutu, analisis regresi dan korelasi berganda.

Bab VI merupakan bab penutup yang mengemukakan kesimpulan dan saran-saran.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pengertian Mutu

Mutu merupakan suatu istilah relatif yang sangat bergantung pada situasi. Ditinjau dari pandangan konsumen, secara subyektif orang mengatakan mutu adalah sesuatu yang cocok dengan selera (*fitness for use*). Produk dikatakan bermutu apabila produk tersebut mempunyai kecocokan penggunaan bagi dirinya. Pandangan lain mengatakan mutu adalah barang atau jasa yang menaikkan status pemakai.

Masalah mutu merupakan salah satu bagian penting dan perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi manajer dalam menjalankan strategi operasinya. Dalam era *global competition* yang akan datang akan terjadi kecenderungan proses pengembangan produk yang lebih baik, lebih canggih, lebih bermutu, lebih murah jika dibandingkan dengan produk sebelumnya sebagai akibat perubahan yang begitu cepat dalam bidang teknologi.

Istilah mutu kini menjadi kata penting dalam berbagai bidang usaha yang dijalankan manusia. Terlebih lagi dalam bidang usaha bisnis yang menekankan pada pencapaian laba agar perusahaan bisa bertahan hidup dan berkembang terus untuk memuaskan konsumen. Memberikan perhatian yang serius terhadap mutu akan dapat meningkatkan kemampuan laba perusahaan. bagaimana caranya? Peningkatan mutu dapat meningkatkan kemampuan laba dengan dua cara yaitu: (1) bertambahnya permintaan konsumen dan (2) semakin menurunnya biaya. Dalam persaingan bisnis

yang ketat, meningkatnya jumlah konsumen dan makin besarnya penghematan biaya akan menjauh perusahaan dari kebangkrutan. Dewasa ini, berbagai penghargaan dalam berbagai kategori diberikan pada sejumlah perusahaan yang dapat menunjukkan kinerja dalam meningkatkan kualitas seperti bidang mutu produksi, kualitas lingkungan dan pemberdayaan mutu sumber daya manusia.

Menurut Supriyono (2002, hal. 437) mengemukakan bahwa : “ Mutu adalah tingkat baik buruknya sesuatu atau ukuran relatif kebaikan.”

Selanjutnya Garvin dalam buku M, N, Nasution (2001, hal. 16) bahwa : “ Mutu adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia / tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.”

Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga mutu produk juga harus berubah atau disesuaikan. Dengan perubahan mutu produk tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Sedangkan definisi mutu yang diadopsi oleh *American Society for Quality Control* yang dikutip Munjiati Munawaroh, dkk (2004, hal. 110) bahwa mutu adalah “ Totalitas dan karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan yang tampak jelas maupun yang tersembunyi.”



Meskipun demikian pendapat lain mengatakan bahwa definisi mutu menyangkut berbagai kategori. Berbagai definisi tersebut berorientasi pada pengguna pemakainya.

1. Pendekatan pertama mengatakan bahwa mutu "tergantung pemakai menganggapnya". Orang-orang yang berkecimpung di bidang pemasaran menyukai pendekatan ini, demikian pula para konsumen. Bagi mereka, mutu yang lebih tinggi berarti kemampuan pemuasan kebutuhan yang lebih baik, bentuk produk yang lebih menarik, dan kelebihan lainnya (terkadang memakan biaya).
2. Bagi manajer produksi, mutu tergantung pada pengerjaan. Mereka percaya bahwa mutu berarti keharusan menyesuaikan dengan lebih baik pada standar yang berlaku dan "membuatnya dengan benar pada waktu pertama".
3. Pendekatan ketiga bersifat berorientasi pada produk, yang menganggap mutu sebagai variabel tertentu dan dapat diukur. Sebagai contoh, es krim yang sangat enak mengandung mentega berlemak yang tinggi kadarnya.

Perspektif lain dari mutu mencakup; (1) kemampuan memenuhi pengharapan konsumen (2) wujud produk (3) keandalan dan (4) mutu yang diterima.

Sifat khas mutu suatu produk yang "andal" harus mempunyai multi dimensi, karena harus memberi kepuasan dan nilai manfaat yang besar bagi konsumen dengan melalui berbagai cara (ingat obeng serba guna). Oleh karena itu, sebaiknya setiap produk harus mempunyai ukuran yang mudah dihitung (misalnya, berat, isi, luas, dan diameter) agar mudah dicari konsumen sesuai dengan kebutuhannya. Tetapi di samping itu pun harus ada ukuran yang bersifat kualitatif, seperti warna yang

ngetrend dan bentuk yang menarik. Jadi, terdapat spesifikasi barang untuk setiap produk, walaupun satu sama lain sangat bervariasi tingkat spesifikasinya. Secara umum, dimensi spesifikasi mutu produk dapat dibagi sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja suatu produk harus dicantumkan pada labelnya, misalnya isi, berat, kekentalan, komposisi, kekuatan dalam putaran (RPM), serta lama hidup penggunaan. Hal ini merupakan dimensi suatu produk. Misalnya susu kaleng atau minuman ringan tercantum volumenya: bila lampu tercantum volt, ampere dan waktu pemakaian; *timing belt* dicantumkan ukuran dan umur kerjanya: dan lain-lain. Sifat kinerja suatu produk sering pula disebut dengan karakteristik struktural (*structural characteristic*)

2. Keistimewaan (*Types of Features*)

Produk bermutu yang mempunyai keistimewaan khusus dibandingkan dengan produk lain. Misalnya, konsumen pembeli TV sering mencari yang mempunyai keistimewaan seperti suara stereo, tingkat resolusi tinggi. Kalau mobil, misalnya perseneling otomatis atau *5 speeds*. Sedangkan bank yang *on line* untuk daerah lebih luas, ber-ATM sampai daerah terpencil.

3. Kepercayaan dan Waktu (*Reliability and Durability*)

Produk yang bermutu baik adalah produk yang mempunyai kinerja yang konsisten baik dalam batas-batas perawatan normal. Misalnya, oli mesin yang baik mempunyai kepekatan dan kekentalan yang memadai dan berjangka 5.000 km (*durability*). Radio yang bermutu baik, secara konsisten dapat menangkap

banyak gelombang siaran luar negeri dengan suara bening dalam waktu 3 sampai dengan 5 tahun setelah dibeli (*durability*).

4. Mudah Dirawat dan Diperbaiki (*Maintainability and Serviceability*)

Produk bermutu baik harus pula memenuhi kemudahan untuk diperbaiki atau dirawat. Dimensi ini merupakan ukuran mudahnya dirawat sehingga barang tersebut dapat beroperasi secara baik. Misalnya sepeda motor yang baik, salah satu dimensi mutunya adalah mudah dirawat oleh setiap montir (mekanik) karena tersedia suku cadang di pasar bebas.

5. Sifat Khas (*Sensory Characteristic*)

Untuk berapa jenis produk mudah dikenal dari wanginya, bentuknya, rasanya, atau suaranya. Dimensi ini memberikan citra tersendiri pada mutu produk tersebut. Misalnya ayam goreng KFC mudah dikenal dari bau dan rasanya yang khas. Radio merek JVC ditandai dengan suara yang bening. TV Sony dari penampilan dan daya tahannya. SIA ciri khas adalah keramahan pramugari dan ketepatan berangkat dan tiba.

6. Penampilan dan Citra Etis

Dimensi lain dari produk yang bermutu adalah persepsi konsumen atas suatu produk. Misalnya betapa ramah dan cepatnya pelayanan British Columbia Telecom (Kanada) terhadap para konsumen. Demikian pula pelayanan "Grey Hound" yakni angkutan penumpang bus antara Kanada-Amerika Serikat, yakni cepat, dan ramah. SIA terkenal dengan pramugari yang bersedia menolong (*helpfulness*).

Memperbaiki mutu produk berarti memperbaiki salah satu atau lebih dimensi mutu sementara mempertahankan kinerja dimensi yang lainnya. Menyediakan produk yang bermutu lebih tinggi daripada pesaing berarti outperforming pesaing atas sedikitnya satu dimensi sementara memenuhi sisa dimensi yang lain. Walaupun seluruh dimensi adalah penting dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, simbol mutu yang dapat diukur cenderung menerima perhatian lebih besar. *Conformance*, secara khusus, mendapat perhatian yang kuat. Dalam praktek, banyak pakar mutu percaya bahwa "*quality is conformance*" merupakan definisi operasional yang terbaik.

3.2 Pengertian Biaya

Organisasi bisnis didirikan untuk menghasilkan produk atau jasa tertentu yang akan ditawarkan pada konsumen. Penentuan harga pokok produk atau output organisasi merupakan salah satu objek biaya yang paling penting dalam organisasi dan menjadi salah satu masalah utama dalam sistem informasi akuntansi manajemen. Memperbaiki proses pengumpulan dan pembebanan biaya terhadap objek biaya akan meningkatkan keakuratan perhitungan harga pokok produk dan objek biaya lainnya.

Dalam proses pengumpulan biaya, kita mengenal *metode process costing* dan *job order costing*. Menentukan berapa biaya langsung dan tak langsung yang seharusnya menjadi beban objek biaya tertentu dan bagaimana membebankannya terhadap objek biaya tersebut merupakan materi pembahasan dalam akuntansi manajemen. Dalam proses pengumpulan biaya dan pembebanan biaya (*cost*

accumulation dan *cost assignment*) terhadap objek biaya, sangat penting memahami istilah biaya (*cost*) dari berbagai sudut pandang sesuai dengan kepentingan manajemen beragam.

Biaya sesuatu atau *cost something* merupakan salah satu fokus utama dalam akuntansi manajemen. Sesuatu itu sering disebut sebagai *cost object* dan dapat berupa produk atau jasa misalnya memproduksi mobil, menyewa suatu tempat atau dapat berupa departemen seperti departemen produksi, departemen pemasaran atau dapat pula berupa suatu program seperti program pengembangan produk baru.

Hansen dan Mowen (2000, hal. 38) mengemukakan bahwa : "Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan membawa keuntungan masa ini dan masa datang untuk organisasi."

Biaya dikeluarkan untuk menghasilkan manfaat di masa depan. Dalam perusahaan penghasil laba, manfaat di masa depan biasanya berarti pendapatan. Karena biaya digunakan dalam memproduksi pendapatan, biaya ini dimaksudkan untuk kadaluarsa. Biaya yang kadaluarsa disebut beban.

Kusnadi dkk (2001 : 18) mengemukakan bahwa : "Biaya adalah manfaat (*benefit*) yang dikorbankan dalam rangka memperoleh barang dan jasa ".

Manfaat (barang dan jasa) yang dikorbankan diukur dalam rupiah melalui pengurangan aktiva atau pembebanan utang pada saat manfaat (*benefit*) itu diterima. Pada saat perolehan, biaya yang diukur adalah untuk manfaat (*benefit*) sekarang dan di masa yang akan datang. Manakala manfaat (*benefit*) ini diterima, maka biaya

menjadi beban. Oleh karena itu, beban didefinisikan sebagai biaya yang telah memberikan suatu manfaat (benefit) dan sekarang telah berakhir (*expired*).

Menurut L.M. Syamrin (2001 : 23) mengemukakan bahwa : “Biaya merupakan pengorbanan yang memberikan manfaat ekonomis untuk memperoleh jasa yang tidak dikapitalisir nilainya.”

Biaya adalah sebagai suatu nilai tukar yang dikeluarkan atau suatu pengorbanan sumber daya yang dilakukan untuk mendapatkan manfaat di masa datang. Pengorbanan tersebut yang dikemukakan di atas dapat berupa uang atau materi lainnya yang setara nilainya kalau diukur dengan uang. Dalam pengertian yang lebih jauh lagi, biaya (*cost*) dapat dipisahkan menjadi aktiva atau *assets* (*unexpired cost*) dan biaya atau *expenses* (*expired cost*). Biaya dianggap sebagai “*assets*” apabila biaya tersebut belum digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa atau belum habis digunakan. Sedangkan biaya dianggap sebagai “*expenses*” jika biaya tersebut habis digunakan untuk memproduksi suatu produk atau jasa yang menghasilkan pendapatan di masa datang. Biaya sebagai *assets* dicantumkan dalam neraca, sedangkan biaya sebagai *expenses* dicantumkan dalam laporan laba rugi.

Biaya merupakan pengorbanan yang harus dikeluarkan sebelum memperoleh pendapatan. Oleh karena itu, setiap manajer lebih mudah berpikir tentang bagaimana mengatur biaya seefisien mungkin dari pada bagaimana mengatur dan memperkirakan pendapatan yang akan dihasilkan dalam masa mendatang. Pendapatan lebih banyak ditentukan oleh faktor-faktor di luar perusahaan, lebih-lebih

dalam situasi bisnis sekarang dimana pihak konsumenlah yang mengatur produsen (*business driver by consumer*).

Untuk memenuhi kepentingan manajemen yang berbeda-beda, informasi biaya diklasifikasikan sesuai dengan fungsi-fungsi yang akan dijalankan. Untuk memenuhi kepentingan penghitungan harga pokok, biaya dipisahkan menjadi biaya produksi dan nonproduksi atau biaya periode. Biaya periode terjadi karena fungsi daripada waktu sedangkan biaya produksi terjadi karena fungsi memproduksi atau fungsi membeli bagi perusahaan dagang. Untuk memenuhi kepentingan perencanaan pengendalian dan pengambilan keputusan maka biaya dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, biaya relevan dan tidak relevan yang didalamnya tercakup biaya masa lalu, biaya masa datang, biaya diferensial serta biaya terkendali dan tidak terkendali.

3.3 Klasifikasi Biaya

Umumnya biaya dihubungkan dengan jenis-jenis organisasi, yaitu organisasi bisnis, organisasi non bisnis, perusahaan manufaktur, perusahaan dagang dan perusahaan jasa. Jenis biaya yang terjadi dan cara pengelompokkannya, tergantung pada jenis organisasinya.

Menurut Krismiaji (2002, hal.18) mengemukakan bahwa dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Biaya manufaktur
2. Biaya non manufaktur ”

Untuk lebih jelasnya kedua jenis biaya di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Biaya manufaktur (*Imanufaktur cost*)

Perusahaan manufaktur membagi biaya manufaktur ke dalam tiga kelompok, yaitu :

a. Biaya bahan baku

Biaya yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi disebut bahan baku. Istilah bahan baku tidak hanya berupa bahan mentah seperti kayu, biji besi, dan lain-lain. Namun secara umum bahan baku adalah semua bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi, dan produk jadi yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan yang dapat menjadi bahan baku bagi perusahaan lain. Bahan baku dibedakan menjadi dua yaitu, bahan baku langsung (*direct material*), yaitu bahan yang menjadi bagian integral dari produk jadi dan secara fisik akan meyakinkan dapat ditelusur keberadaannya pada produk jadi. Jenis bahan baku yang kedua adalah bahan baku tidak langsung (*indirect material*). Bahan baku tidak langsung adalah bahan baku yang tidak dapat ditelusur secara fisik keberadaannya pada produk jadi. Bahan baku jenis ini sering disebut dengan bahan penolong. Biaya bahan baku tidak langsung dimasukkan sebagai bagian dari biaya overhead pabrik.

b. Biaya tenaga kerja

Istilah biaya tenaga kerja langsung digunakan untuk biaya tenaga kerja yang dapat dengan mudah (secara fisik dan meyakinkan) ditelusur ke produk. Tenaga kerja langsung kadang-kadang disebut dengan *touch labor* karena tenaga kerja tersebut menangani secara langsung produk yang dibuat. Biaya tenaga kerja yang tidak

dapat secara fisik ditelusur kepada produk, disebut dengan biaya tenaga kerja tidak langsung dan diperlakukan sebagai bagian dari overhead manufaktur, bersama-sama dengan bahan baku tidak langsung. Tenaga kerja tidak langsung mencakup antara lain petugas kebersihan, pengawas, petugas penanganan bahan baku, dan petugas keamanan pabrik.

c. Biaya overhead pabrik

Biaya ini merupakan elemen ketiga dari biaya manufaktur, dan mencakup seluruh biaya produksi tidak langsung. Contoh biaya yang masuk dalam kelompok biaya overhead pabrik adalah bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, reparasi dan pemeliharaan peralatan pabrik, biaya listrik dan air untuk pabrik, pajak bumi dan bangunan fasilitas pabrik, dan biaya depresiasi, dan asuransi untuk kepentingan administrasi dan penjualan, namun biaya semacam ini tidak dimasukkan ke dalam elemen biaya produksi (biaya overhead pabrik) karena memang tidak berkaitan dengan proses pembuatan produk, oleh karena itu biaya ini masuk dalam kelompok biaya administrasi dan penjualan. Biaya overhead pabrik digabungkan dengan biaya tenaga kerja langsung, disebut dengan biaya konversi (*conversion cost*), yaitu untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi. Sedangkan biaya bahan baku digabungkan dengan biaya tenaga kerja disebut dengan biaya utama (*prime cost*)

2. Biaya non manufaktur (*Non manufacturing cost*)

Secara umum, biaya non manufaktur dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

a. Biaya pemasaran

Adalah seluruh biaya yang diperlukan untuk memperoleh pesanan pelanggan dan menyampaikan produk ke tangan pelanggan (pembeli). Biaya pemasaran sering disebut dengan istilah *order getting and order filling costs*. Contoh biaya pemasaran adalah biaya advertensi, biaya pengiriman, biaya perjalanan penjualan, biaya komisi penjualan, biaya gaji petugas penjualan, dan biaya-biaya lain yang berkaitan dengan penggudangan produk jadi.

b. Biaya administrasi

Mencakup seluruh biaya pengoperasian perusahaan yang berkaitan dengan manajemen umum. Contoh biaya administrasi adalah biaya gaji eksekutif, biaya akuntansi keuangan, biaya kesekretariatan, publik relation, biaya gaji karyawan, biaya listrik dan air, biaya depresiasi gedung dan peralatan kantor, dan biaya lain yang berkaitan dengan pengoperasian perusahaan secara umum.

Biaya juga dapat dikelompokkan ke dalam biaya periodik dan biaya produk.

a. Biaya periodik (*period cost*)

Biaya periodik adalah biaya yang ditandingkan dengan pendapatan berdasarkan periode waktu terjadinya. Biaya ini akan dilaporkan dalam laporan laba/rugi pada periode terjadinya biaya tersebut. Contoh biaya periodik ini adalah komisi penjualan, sewa kantor, dan seluruh biaya administrasi dan biaya penjualan.

b. Biaya produk (*product cost*)

Biaya produk adalah biaya yang berhubungan dengan produk. Biaya ini mencakup seluruh biaya untuk memperoleh (membeli atau memproduksi) barang.

Dalam perusahaan manufaktur, biaya ini terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Dengan demikian biaya ini melekat pada produk ketika produk dibeli atau diproduksi, dan masih tetap melekat pada produk ketika produk tersebut menjadi persediaan (tersimpan di gudang). Ketika produk tersebut dijual, maka biaya yang melekat pada produk berubah menjadi biaya periodik dalam bentuk harga pokok penjualan untuk ditandingkan dengan pendapatan penjualan. Karena biaya ini berkaitan dengan persediaan (*inventory*), maka biaya ini sering pula disebut dengan *inventoriable cost*.

Klasifikasi biaya yang digunakan manajer untuk menghitung harga pokok dan persediaan berbeda dengan klasifikasi biaya untuk kepentingan manajerial atau untuk keperluan perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan. Untuk memenuhi kepentingan yang terakhir ini, biaya diklasifikasikan menjadi biaya variabel dan tetap, biaya langsung dan tak langsung, biaya relevan dan tidak relevan serta biaya terkendali dan tidak terkendali serta biaya kesempatan.

Di bawah ini akan dijelaskan secara ringkas klasifikasi biaya tersebut, sebagai berikut :

1. Biaya variabel

Biaya variabel adalah total biaya yang berubah secara proporsional dengan total volume kegiatan tertentu dalam periode tertentu pula. Dengan kata lain, jika total volume kegiatan meningkat tiga kali maka total biaya variabel akan meningkat pula sebesar tiga kali dari sebelumnya. Namun demikian, jika kita melihat biaya variabel per unit kegiatan maka biaya tersebut akan konstant atau tetap.

2. Biaya tetap

Biaya tetap adalah total biaya yang tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan tertentu dalam periode tertentu pula. Dengan kata lain, dalam periode tertentu, sejumlah biaya akan konstant dan tidak berubah sama sekali karena adanya kenaikan atau penurunan volume kegiatan kecuali karena adanya pengaruh dari luar perusahaan seperti perubahan harga. Namun demikian perlu diperhatikan, jika kita melihat biaya tetap per unit kegiatan maka biaya tersebut akan berubah naik turun sesuai dengan volume kegiatan yang dijalankan.

3. Biaya langsung dan tak langsung

Biaya kerap kali diklasifikasikan sebagai biaya langsung dan tak langsung. Pengertian biaya langsung maupun tak langsung dikaitkan dengan mutu hubungan biaya tersebut terhadap sejumlah bagian (*cost object*) yang ada dalam perusahaan. Dengan kata lain, biaya langsung adalah biaya yang secara fisik dapat diselusuri dan jelas terjadi karena akibat adanya objek biaya tertentu. Biaya tak langsung adalah biaya yang berhubungan dengan lebih dari satu objek biaya dan secara fisik sangat sulit atau tidak ekonomis untuk diselusuri ke objek biaya tertentu sehingga untuk membebankannya pada berbagai objek biaya memerlukan alokasi yang adil. Objek biaya merupakan bagian tertentu dari organisasi perusahaan dan bisa berupa produk, departemen atau bagian, daerah penjualan atau bagian penting dalam perusahaan.

4. Biaya terkendali dan tak terkendali

Untuk kepentingan pengendalian, biaya dipisahkan menjadi biaya terkendali dan tidak terkendali oleh seorang pejabat atau manajer pada tingkat tertentu dalam organisasi. Hanya pada pejabat yang menempati level lebih rendah, suatu biaya bisa tak terkendali. Pejabat yang demikian tentunya tidak punya kekuasaan untuk mempengaruhi besar kecilnya suatu biaya. Sedangkan pada pejabat teras atau top executive, biaya perusahaan dianggap terkendali oleh karena pejabat tersebut mempunyai kekuasaan untuk mempengaruhi besar kecilnya suatu biaya. Disamping alasan organisasi, faktor lain yang menyebabkan suatu biaya terkendali atau tidak adalah faktor waktu. Suatu biaya dalam jangka waktu panjang bisa dikendalikan, tapi dalam jangka pendek mungkin tidak dapat dikendalikan. Ketika diputuskan untuk mendirikan pabrik maka manajemen masih mampu mengatur rencana pendirian tersebut tapi setelah pabrik berdiri manajemen tak punya wewenang lagi untuk mempengaruhi besarnya biaya penyusutan atas pabrik tersebut.

5. Biaya relevan dan tidak relevan

Dalam pengambilan keputusan, manajemen harus membandingkan biaya masing-masing alternatif yang bisa dipilih. Perbedaan biaya antara masing-masing alternatif tersebut disebut sebagai biaya diferensial. Setiap alternatif mengandung unsur-unsur yang sama dan tidak sama, salah satu unsur yang perlu mendapat perhatian seorang manajer dalam memutuskan untuk memilih salah satu adalah unsur biaya. Dan unsur biaya yang relevan untuk diperhatikan adalah biaya

diferensial. Sedangkan unsur biaya yang sama tentunya tidak relevan untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan oleh karena alternatif apapun yang diambil, unsur biaya yang sama tetap akan menjadi beban perusahaan.

6. Biaya kesempatan

Salah satu biaya yang harus dipertimbangkan dalam mengambil keputusan adalah biaya kesempatan atau keuntungan yang tidak jadi diperoleh dari satu alternatif oleh karena mengambil alternatif yang lain. Walaupun biaya ini tidak tercatat dalam buku perusahaan dan tidak ada biaya yang betul-betul keluar dari kantong (*out of pocket cost*) tapi tetap menjadi faktor yang perlu diperhatikan oleh manajer dalam memutuskan mengambil salah satu alternatif.

3.4 Pengertian Pengendalian Mutu

Tujuan pokok dari pengendalian mutu adalah untuk mengetahui sampai sejauh mana proses dan hasil produk (jasa) yang dibuat sesuai dengan standar yang ditetapkan perusahaan. Pengendalian mutu merupakan upaya untuk mencapai dan mempertahankan standar bentuk, kegunaan, dan warna yang direncanakan. Dengan perkataan lain, pengendalian mutu ditujukan untuk mengupayakan agar produk (jasa) akhir sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam pengendalian mutu ini, semua kondisi barang diperiksa berdasarkan standar yang ditetapkan. Bila terdapat penyimpangan dari standar dicatat untuk dianalisis. Hasil analisis pengendalian mutu tersebut digunakan untuk dijadikan pedoman atau perbaikan sistem kerja, sehingga produk yang bersangkutan sesuai



dengan standar yang ditentukan. Pelaksanaan pengawasan mutu dan kegiatan produksi harus dilaksanakan secara terus-menerus untuk mengetahui kemungkinan terjadinya penyimpangan dari rencana standar agar dapat dengan segera diperbaiki.

Menurut Suyadi Prawirosentono (2002, hal. 71) mengemukakan bahwa :
"Pengendalian mutu adalah kegiatan terpadu mulai dari pengendalian standar mutu bahan, standar proses produksi, barang setengah jadi, barang jadi, sampai standar pengiriman produk akhir ke konsumen, agar barang (jasa) yang dihasilkan sesuai dengan spesifikasi mutu yang direncanakan."

Selanjutnya Lalu Sumayang (2003, hal. 265) berpendapat bahwa :
"Pengendalian mutu merupakan falsafah yang memantapkan dan menjaga lingkungan yang menghasilkan perbaikan terus-menerus pada mutu dan produktivitas di seluruh aktivitas perusahaan, pemasok, dan jalur distribusi."

Penerapan pengendalian mutu pada satu perusahaan dimaksudkan untuk memperoleh gambaran pasti tentang produk akhir. Apakah komposisi, desain, maupun spesifikasi telah sama dengan standar yang telah ditetapkan? Jadi, pengendalian mutu hanya dapat dilakukan bila sebelumnya telah ditetapkan suatu standar ukuran. Tanpa standar tersebut perusahaan tidak mempunyai dasar ukuran untuk mengawasi apakah proses produksi telah berjalan dengan semestinya. Dengan perkataan lain, tanpa standar yang ditetapkan lebih dahulu (*predetermined standard*), berarti tidak dapat dipantau tentang penggunaan bahan baku dan fasilitas proses produksi, sehingga sulit dibandingkan dengan output (hasil akhirnya). Fungsi

pengendalian mutu, bukan saja untuk memperoleh mutu produk yang sesuai dengan standar, tetapi juga untuk mengetahui tingkat efisiensi.

Kegiatan pengendalian mutu merupakan bidang pekerjaan yang sangat luas dan kompleks karena semua variabel yang mempengaruhi mutu harus di perhatikan. Secara garis besarnya, pengendalian mutu dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Pengendalian mutu bahan

Mutu bahan akan sangat mempengaruhi hasil akhir dari barang yang dibuat. Bahan baku dengan mutu yang jelek akan menghasilkan mutu barang yang jelek. Sebaliknya, bahan baku yang baik dapat menghasilkan barang yang baik. Pengendalian mutu bahan harus dilakukan sejak penerimaan bahan baku di gudang, selama penyimpanan, dan waktu bahan baku dimasukkan dalam proses produksi (*work in process*).

Kelainan mutu bahan baku akan memberi akibat mutu produk yang dihasilkan berada di luar standar mutu yang direncanakan. Contohnya, mutu terigu yang baik dapat menghasilkan roti yang baik. Sebaliknya, bila mutu terigu jelek, maka roti yang dihasilkan pun jelek. Rusaknya mutu bahan baku dapat terjadi karena sistem penggudangan yang jelek.

2. Pengendalian mutu dalam proses pengelolaan

Sesuai dengan DAP (Diagram Alur Produksi) dapat dibuat tahap-tahap pengendalian mutu sebelum proses produksi berlangsung. Dalam membuat suatu produk diperlukan beberapa urutan proses produksi agar produk yang dihasilkan

dapat sesuai dengan yang direncanakan. Tiap tahap proses produksi diawasi sehingga kesalahan-kesalahan yang terjadi dalam proses produksi bersangkutan dapat diketahui untuk selanjutnya segera dilakukan (koreksi). Segera berarti jangan ditunda-tunda.

Terdapat beberapa cara pengendalian mutu selama proses produksi berlangsung. Misalnya melalui contoh (sampel), yakni hasil yang diambil pada selang waktu yang sama. Sampel tersebut dianalisis secara statistik untuk memperoleh gambaran apakah sampel tersebut sesuai dengan yang direncanakan atau tidak. Bila tidak sesuai berarti proses produksinya salah. Selanjutnya, kesalahan-kesalahan tersebut harus diteruskan kepada operator (pelaksanaan) untuk dilakukan perbaikan. Pengawasan dilakukan terhadap seluruh tahapan produksi diabaikan berarti pengendalian mutu tidak cermat. Di sinilah perlunya kerja saling mendukung antara karyawan satu dengan yang lain, termasuk pihak manajemen.

3. Pengendalian mutu produk akhir

Produk akhir harus diawasi mutunya sejak keluar dari proses produksi hingga tahap pembungkusan, pergudangan, dan pengiriman ke konsumen. Dalam memasarkan produk, perusahaan harus berusaha menampilkan produk yang bermutu. Hal ini hanya dapat dilaksanakan bila atas produk akhir tersebut dilakukan pengecekan mutu agar produk rusak (cacat) tidak sampai ke tangan konsumen.

3.5 Faktor-faktor yang Berpengaruh Dalam Pengendalian Mutu

Terlepas dari komponen yang dijadikan objek pengukuran mutu, secara umum menurut Zulian Yamit (2000, hal. 338) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi mutu dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Fasilitas operasi seperti kondisi fisik bangunan
2. Peralatan dan perlengkapan (*tools and equipment*)
3. Bahan baku atau material
4. Pekerja ataupun staf organisasi.

Secara khusus faktor-faktor yang mempengaruhi mutu dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pasar atau tingkat persaingan

Persaingan merupakan faktor penentu dalam menetapkan tingkat mutu output suatu perusahaan, makin tinggi tingkat persaingan akan memberikan pengaruh pada perusahaan untuk menghasilkan produk yang bermutu. Dalam era pasar bebas yang akan datang konsumen dapat berharap untuk mendapatkan produk yang bermutu dengan harga yang lebih murah.

2. Tujuan Organisasi (*organizational objectives*)

Apakah perusahaan bertujuan untuk mnghasilkan volume ouput tinggi, barang yang berharga rendah (*low price product*) atau menghasilkan barang yang berharga mahal, eksklusif (*exclusive expensive product*).

3. Testing produk (*product testing*)

Testing yang kurang memadai terhadap produk yang dihasilkan dapat berakibat kegagalan dalam mengungkapkan kekurangan yang terdapat pada produk.

4. Desain produk (*product design*)

Cara mendesain produk pada awalnya dapat menentukan mutu produk itu sendiri.

5. Proses produksi (*production process*)

Prosedur untuk memproduksi produk dapat juga menentukan mutu produk yang dihasilkan.

6. Mutu input (*quality of inputs*)

Jika bahan yang digunakan tidak memenuhi standar, tenaga kerja tidak terlatih, atau perlengkapan yang digunakan tidak tepat, akan berakibat pada mutu produk yang dihasilkan.

7. Perawatan perlengkapan (*equipment maintenance*)

Apabila perlengkapan tidak dirawat secara tepat atau suku cadang tidak tersedia maka mutu produk akan kurang dari semestinya.

8. Standar mutu (*quality standard*)

Jika perhatian terhadap mutu dalam organisasi tidak tampak, tidak ada testing maupun inspeksi, maka output yang bermutu tinggi sulit dicapai.

9. Umpan balik konsumen (*customer feedback*)

Jika perusahaan kurang sensitif terhadap keluhan-keluhan konsumen, mutu tidak akan meningkat secara signifikan.

Dari berbagai macam faktor khusus yang menentukan mutu tersebut di atas, sering dijumpai perusahaan menetapkan secara khusus tanggung jawab mutu kepada seorang atau kelompok ahli dibidangnya, hal ini menunjukkan bahwa pengawasan mutu produk sangat penting. Dalam hal ini terdapat beberapa alasan mengapa pengawasan mutu diperlukan, yaitu :

- a. Untuk menekan atau mengurangi volume kesalahan dan perbaikan.
- b. Untuk menjaga atau menaikkan mutu sesuai standar.
- c. Untuk mengurangi keluhan atau penolakan konsumen.
- d. Memungkinkan pengkelasan output (*output grading*).
- e. Untuk mentaati peraturan.
- f. Untuk menaikkan atau menjaga *company image*.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan Megahputra Sejahtera adalah merupakan suatu perusahaan swasta yang berbentuk badan hukum (Perseroan Terbatas) dan bergerak dalam bidang industri mie yang terdiri dari mie basah, mie kering, dan mie instan. Perusahaan ini mulai dirintis pada tahun 1984 dan hingga saat ini bertempat / berkantor di jalan Gunung Latimojong No. 131, Makassar. Adapun pemilik sekaligus pendiri dari perusahaan ini adalah Tuan Fengki Halim.

Awal berdirinya PT. Megahputra Sejahtera yang diberi nama Toko Liem, dimana kegiatan usahanya adalah memproduksi mie, perusahaan ini menghasilkan produk mie dengan menggunakan peralatan yang sangat sederhana atau sistem tradisional di mana sistem pengeringannya diperoleh melalui bantuan sinar matahari. Akibat dari permintaan konsumen yang terus-menerus mengalami peningkatan maka pihak perusahaan merasa perlu untuk memenuhi tuntutan konsumen dengan mengembangkan usahanya dan mengkonsentrasikan perhatiannya pada usaha produksi dan pemasaran mie. Untuk mewujudkan impiannya tersebut maka pihak perusahaan merasa perlu untuk memenuhi tuntutan konsumen dengan mengembangkan usahanya dan mengkonsentrasikan perhatiannya pada usaha produksi dan pemasaran mie. Untuk mewujudkan impiannya tersebut maka pada

tahun 1971 pihak perusahaan mengimpor 1 (satu) unit mesin pengolah mie semi otomatis yang didatangkan dari Jepang dengan merek "OHTAKE"

Dengan adanya modifikasi mesin pengering dari Taiwan yang pada saat itu tujuannya hanya semata-mata untuk menekan jumlah investasi yang cukup besar dan dapat menghemat waktu. Maka hasil produksi mie kering tidak lagi dijemur dengan bantuan sinar matahari melainkan melalui proses pengeringan dalam oven. Jadi dengan adanya mesin ini pihak perusahaan menginginkan hasil produksi semakin banyak standar kualitas tetap terjamin, dan pada akhirnya perusahaan berusaha untuk dapat memperbesar volume usahanya.

Melihat potensi atau prospek pasar yang cukup baik serta kemudahan dalam mengoperasikan dan pemeliharaan dari mesin pertama maka setahun kemudian tepatnya pada tahun 1972 perusahaan menambah lagi satu unit pengolahan mie yang baru, seiring dengan pengembangan usahanya maka pada tahun yang sama Toko Liem berubah menjadi "UD. Industri Megah".

Melihat hasil yang telah dicapai oleh perusahaan serta besarnya permodalan yang dimiliki, maka pada tanggal 08 Juni 1987 pihak perusahaan memperoleh Surat Keputusan dari Menteri Perindustrian No. 114/AI.31171.3, Kanwil/VI/87, dan setahun kemudian "UD. Industri Megah" berubah nama dan bentuk menjadi badan hukum "CV. Megah Perkasa" dan proses produksi pun dapat berjalan dengan baik dan mengalami peningkatan.

Setelah mengadakan studi dan penelitian yang matang selama beberapa tahun serta melihat besarnya potensi pasar maka perusahaan di bawah kepemimpinan Tuan

Hasyim Sulindro, mengambil kebijaksanaan untuk mengadakan pengembangan usaha dengan menciptakan suatu produk baru yaitu mie instan dengan merek "Megah Mie". Untuk merealisasikan hal tersebut maka pada tahun 1991 pihak perusahaan mendatangkan 2 (dua) unit mesin *Full Automatic (instan Noodle Machine)* dari Jepang yang dilengkapi dengan oven (*Dryer*) dan mesin penggoreng (*Frying*).

Dari pengalaman pesaing surat kegiatan usaha yang dialami oleh CV. Megah Perkasa, akhirnya pada tahun 1991 resmilah berubah namanya menjadi "PT. Megahputra Sejahtera", dengan akte pendirian No. 01, tanggal 01 November 1991 yang kemudian diubah dengan akte perubahan No. 30 tanggal 03 Desember 1991 yang dibuat dihadapan notaris Siske Limowa SH, dan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perindustrian No. 68/T/Industri/1993 oleh ketua Badan Koordinasi Perencanaan Modal, maka PT. Megahputra Sejahtera telah menjadi Perusahaan Penanaman Modal Dalam Negeri (PPMDN).

3.2 Struktur Organisasi

Secara umum dapat dikemukakan bahwa organisasi adalah suatu sistem hirarki dari satuan-satuan administrasi dan operasional dari perusahaan. Dalam struktur organisasi suatu perusahaan dapat memberikan gambaran yang singkat tentang seluruh kegiatan perusahaan baik mengenai tugas, wewenang serta tanggung jawab dari kegiatan dan juga akan mendukung tercapainya tujuan perusahaan.

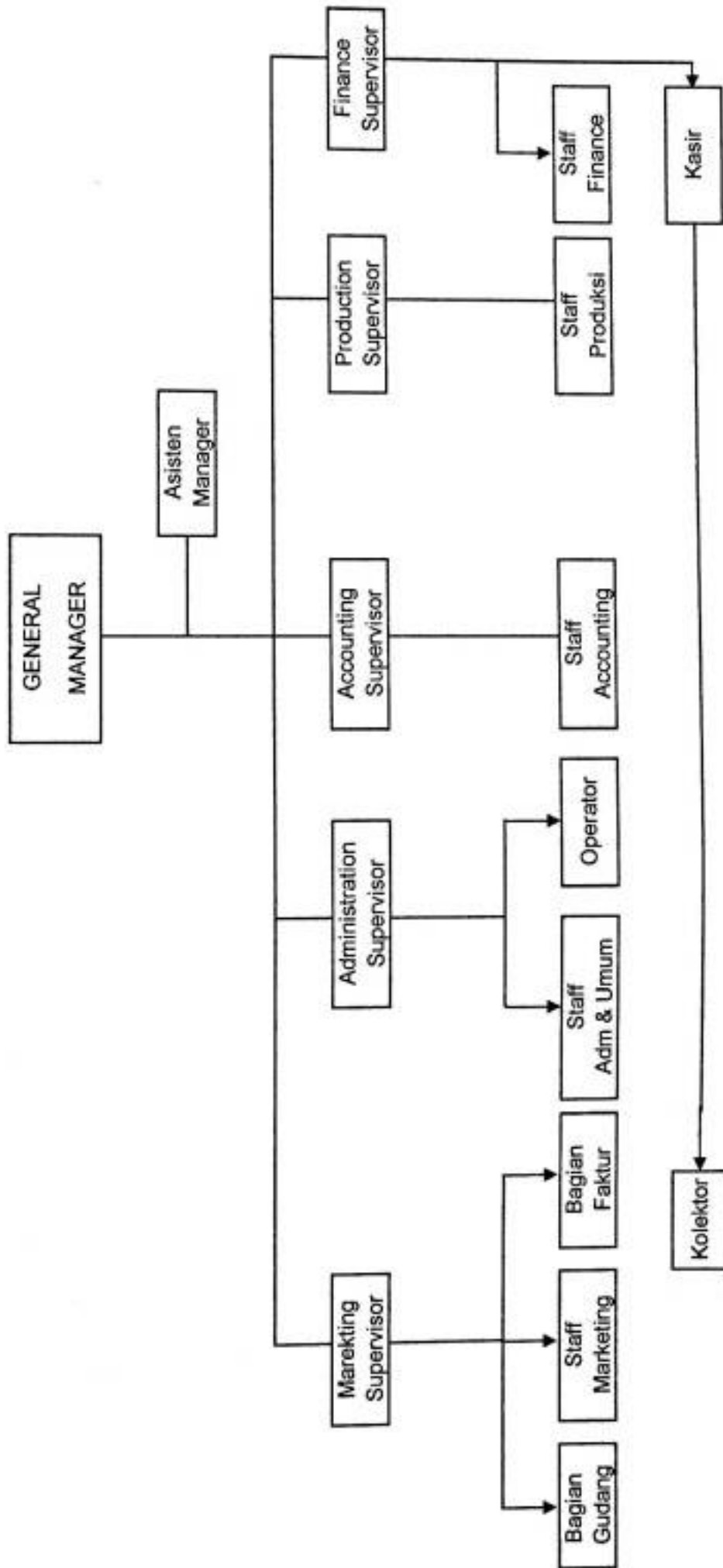
Dengan adanya organisasi yang baik mendorong tercapainya tujuan perusahaan dengan sebaik-baiknya, karena organisasi merupakan suatu kelompok

orang-orang yang mau bekerja sama dalam usaha mencapai tujuan yang telah disepakati bersama.

Oleh karena itu, maka pihak PT. Megahputra Sejahtera menyusun suatu struktur organisasi dengan tujuan untuk memperjelas tugas dan tanggung jawab para karyawannya. Selain dari pada itu dengan adanya suatu struktur organisasi maka menunjang tercapainya sasaran yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

Struktur organisasi PT. Megahputra Sejahtera dapat dilihat pada skema berikut ini :

SKEMA I
STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN
PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA
DI MAKASSAR



Sumber : PT. Megahputra Sejahtera, di Makassar

4.3 Uraian Tugas

Tugas dan tanggung jawab dari setiap jabatan adalah sebagai berikut :

1. General Manager

- a. Mewakili direksi dalam hubungannya dengan pihak ketiga yang menyangkut pelaksanaan kerja, baik yang bersifat intern maupun ekstern.
- b. Memberikan petunjuk dan pengarahan maupun instruksi kepada para karyawan dalam lingkungan perusahaan.
- c. Mengatur dan mengawasi pelaksanaan semua peraturan keputusan direksi yang berlaku.
- d. Meminta laporan karyawan sehubungan dengan kegiatan perusahaan.

2. Asisten Manager

- a. Membantu pelaksanaan tugas-tugas manager
- b. Mewakili perusahaan dalam menghadiri acara-acara yang tidak dapat dihadiri oleh manager.
- c. Dan lain-lain yang ada kaitannya dengan tugas manager.

3. Marketing Supervisor

- a. Mengadakan study pasar (survey) atas barang yang diproduksi untuk wilayah yang ditangani.
- b. Mengontrol dan mengikuti perkembangan penjualan seluruh produk mie basah, mie instan dan mie kering yang nanti hasilnya bisa membantu untuk menyusun target penjualan bulanan.

- c. Membuat laporan kegiatan dan lainnya yang berhubungan dengan pemasaran per minggu (minggu pertama sampai dengan minggu keempat) yang diserahkan selambat-lambatnya tanggal 5 (lima) bulan berikutnya.
- d. Mengikuti acara meeting yang dilaksanakan dengan melibatkan sales dalam dan luar kota.
- e. Membantu kelancaran pekerjaan kantor (divisi lainnya) seperti : pengantaran barang, surat dan juga penagihan sekiranya pekerjaan tersebut sesuai dengan jalur kerja pada hari tersebut.
- f. Mengontrol dan mengatur sistem kerja seluruh salesman.
- g. Melakukan survei terhadap kemampuan pemasar (lama dan baru) sebagai bahan masukan untuk penentuan kredit limit pemasar.
- h. Membuat laporan penjualan bulanan.

Marketing Supervisor, membawahi bagian-bagian :

1) Bagian gudang

- Memeriksa dan menghitung persediaan barang atau stock di gudang.
- Mengawasi keluar masuknya barang atau bahan yang ada di gudang.
- Membuat laporan apabila persediaan sudah hampir habis dan juga adanya barang atau bahan yang rusak.

2) Staf Marketing

- Mengatur dan menyelesaikan adm. Penjualan harian antara lain: pembukuan nota, faktur pajak dan lain-lain.

- Menghubungi langganan untuk pengorderan apabila order yang masuk sedang sepi dan sekaligus juga mencari informasi tentang kegiatan pemasaran khususnya mengenai harga sehingga dapat dipakai sebagai perbandingan.
- Membantu bagian gudang dalam pengaturan nota pengiriman untuk kelancaran distribusi.

3) Bagian Faktur

- Membuat daftar faktur yang hendak ditagih pada hari berikutnya.
- Memberikan informasi tagihan secara tertulis untuk customer luar pulau.
- Mencocokkan laporan penerimaan uang dengan faktur yang telah ditagih.
- Membuat laporan mutasi piutang bulanan.
- Mencocokkan seluruh nota barang yang dikirim dengan laporan penjualan harian.
- Mengatur nota-nota yang akan ditagih berdasarkan daftar faktur yang hendak ditagih, kemudian diserahkan ke bagian penagihan.
- Menerima kembali nota-nota yang tidak tertagih.

4) Kolektor

- Menyelesaikan penagihan atas seluruh nota yang dikeluarkan oleh bagian faktur.
- Membantu mengorder barang pada waktu melakukan penagihan dilangganan.

- Membantu mengantar surat atau barang dan urusan luar lainnya, sekitarnya pekerjaan tersebut sama dengan jalur penagihan.
- Merapikan seluruh uang tunai hasil tagihan sebelum di setor ke kasir.
- Membuat laporan atas nota yang tidak tertagih berikut alasan sampai tidak tertagih.

4. *Administration Supervisor*

- a. Mengendalikan seluruh kegiatan administrasi dan umum dalam lingkungan perusahaan.
- b. Mengetahui dan menandatangani seluruh order pembelian barang untuk kebutuhan divisi dalam batas jumlah atau nilai tertentu.
- c. Bertanggung jawab atas terselenggaranya sistem administrasi kepegawaian, penerimaan dan pemberhentian, promosi dan mutasi serta perhitungan upah tenaga kerja termasuk seluruh hal yang menyangkut kesejahteraan pegawai atau tenaga kerja.
- d. Menyelenggarakan korespondensi perusahaan (surat masuk dan keluar).
- e. Membantu kelancaran dan penyelesaian seluruh pekerjaan yang berhubungan dengan divisi yang bersangkutan

Administration Supervisor, membawahi :

1) Staff Adm. dan Umum

- a) Melakukan pendataan terhadap seluruh karyawan atau tenaga kerja yang ada.

b) Membantu penyelenggaraan korespondensi perusahaan (surat masuk dan keluar).

c) Menyusun dan menyelesaikan tanda terima upah tenaga kerja.

2) Operator

a) Melakukan aktivitas telepon keluar masuk yang nantinya menyampaikan kepada personil masing-masing yang bersangkutan.

b) Mencatat surat yang masuk dan keluar.

5. *Accounting Supervisor*

a. Mengendalikan seluruh sistem akuntansi perusahaan.

b. Bertanggung jawab atas penyusunan laporan berkala (bulanan) atas perkembangan perusahaan.

c. Bertanggung jawab atas penyusunan laporan keuangan perusahaan per triwulan dan tahunan yang digunakan sebagai dasar untuk mengetahui dan menganalisa perkembangan dan kemajuan perusahaan di samping untuk penyusunan SPT-Pajak Perusahaan.

d. Mengontrol atas pelaksanaan evaluasi terhadap seluruh transaksi yang menyangkut penerimaan dan pengeluaran kas atau bank.

Accounting Supervisor membawahi staf *accounting* dengan tugas sebagai berikut

:Mengevaluasi, menjurnal dan menginput seluruh pengeluaran kas atau bank.

a. Mengevaluasi laporan penjualan bulanan dengan jumlah penerimaan kas atau bank.

- b. Mencocokkan saldo penerimaan dan pengeluaran kas atau bank dengan rekening koran bank.

6. *Production Supervisor*

- a. Mengendalikan seluruh kegiatan divisi.
- b. Menyusun rencana produksi bulanan dan bertanggung jawab atas pencapaian realisasi produksi.
- c. Mengetahui dan menandatangani seluruh order pembelian barang dan bahan untuk kebutuhan divisi dalam jumlah atau nilai tertentu.
- d. Menyusun laporan realisasi produksi, laporan pemakaian bahan dari proses produksi, laporan mutasi bahan baku, pembantu dan barang jadi untuk setiap bulannya.
- e. Bertanggung jawab atas terselenggaranya proses pembukuan atau pencatatan untuk setiap kegiatan divisi setiap harinya, misalnya : laporan produksi harian, pemakaian bahan dan lain-lain termasuk yang rusak, misalnya : plastik pembungkus.

Production Supervisor membawahi staf produksi dengan tugas sebagai berikut :

- a. Membukukan (*menginput*) data atas penerimaan bahan baku / pembantu, pembungkus dan lain-lain yang berhubungan dengan proses produksi.
- b. Membukukan (*menginput*) data atas pemakaian bahan baku, pembantu, pembungkus dan lain-lain yang berhubungan dengan proses produksi.

- c. Membukukan (menginput) data atas hasil produksi (barang jadi) mie dan snack yang dilaporkan oleh bagian produksi.
- d. Menyimpan arsip laporan produksi, penerimaan barang dan kartu stock dengan rapi.
- e. Membantu kelancaran atau penyelesaian seluruh pekerjaan yang berhubungan dengan divisi yang bersangkutan.

7. *Finance Supervisor*

- a. Mengendalikan seluruh aktivitas keuangan perusahaan.
- b. Mengontrol dan mengetahui setiap penggunaan cek dan bilyet giro.
- c. Bertanggung jawab atas pelaksanaan sistem pembukuan atas seluruh transaksi keuangan harian antara lain : penerimaan dan pengeluaran kas atau bank, buku bank dan lain-lain.
- d. Membuat laporan penerimaan dan pengeluaran uang per divisi setiap bulannya.
- e. Menghitung dan mengatur pembayaran gaji karyawan.
- f. Menghitung dan menyetujui seluruh nota-nota tagihan yang masuk untuk kemudian dibuatkan pembayarannya.
- g. Mengecek beban bunga pada rekening koran.
- h. Mencocokkan beban telepon dan listrik dengan rekening koran.
- i. Membantu penyetoran dan penarikan uang di maupun ke bank (jika diperlukan)

- j. Mencatat seluruh transaksi bank lainnya yang belum dikerjakan oleh staff finance yang lainnya.
- k. Dan kegiatan lainnya yang sekiranya timbul di kemudian hari yang belum dikerjakan oleh staf yang lainnya.

Finance Supervisor membawahi :

1. Staf *Finance*

- a. Menyelenggarakan pembukuan atas penerimaan dan pengeluaran kas atau bank per harinya.
- b. Mempersiapkan cek atau bilyet giro untuk pengeluaran uang.
- c. Melakukan *input* untuk seluruh setoran kliring.
- d. Membantu menyetor dan menarik uang dari bank (jika diperlukan).
- e. Membuat laporan penerimaan harian, baik penjualan secara kas maupun penagihan piutang.
- f. Membuat laporan penyerahan cek atau bilyet giro atau slip setiap harinya.
- g. Mencocokkan perhitungan bunga bank dengan beban bunga pada rekening koran.

2) Kasir

- a) Menerima dan menghitung seluruh hasil penjualan cash maupun seluruh tagihan piutang.
- b) Mensortir seluruh keuangan yang diterima dan selanjutnya menyerahkan ke *finance staff* lainnya untuk dibuatkan slip penyetoran.

4.4 Proses Produksi

Proses produksi merupakan kegiatan yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi. Dimana kegiatan produksi terdiri dari beberapa kegiatan yang saling menunjang dalam memproduksi barang jadi / proses produksi berkaitan erat dengan kualitas barang jadi yang dihasilkan.

Dalam menguraikan mengenai proses produksi mie instan yang dilaksanakan oleh PT. Megahputra Sejahtera terlebih dahulu disajikan bahan baku dan bahan penolong yang digunakan dalam proses produksi.

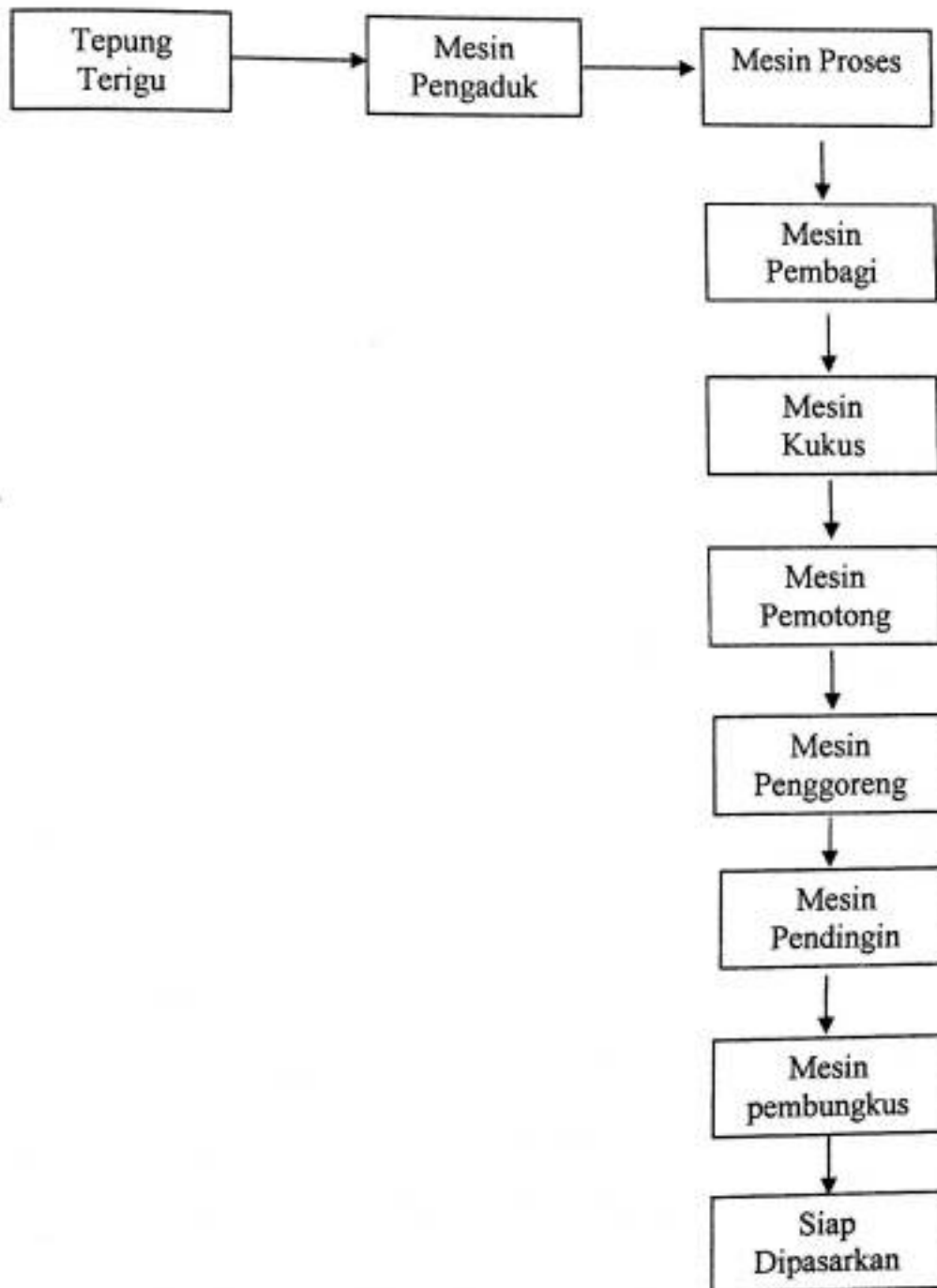
Untuk lebih jelasnya, akan diuraikan proses produksi mie instan yang dihasilkan oleh PT. Megah Putra Sejahtera yaitu sebagai berikut :

- a. Pertama-tama tepung terigu sebagai bahan baku utama ditapis dengan mesin filter agar terigu yang dihasilkan lebih halus dan bersih.
- b. Tepung terigu yang sudah ditapis dengan mesin filter kemudian masuk ke mesin mixer, lalu ditambahkan air, alkaline powder, polimeric, phospat, guar gum, dan garam dapur dimana semua bahan tercampur dengan baik (sampai homogen).
- c. Dari mixer pindah ke mesin proses untuk dipadatkan.
- d. Setelah dari mesin proses, adonan mie dimasukkan ke mesin pembagi secara otomatis membagi menurut jenisnya.
- e. Dari mesin pembagi menuju ke mesin kukus di mana mesin dapat disetel menurut berat yang diinginkan.
- f. Selanjutnya menuju ke mesin pemotong di mana mesin dapat disetel menurut berat yang diinginkan.

- g. Setelah dari mesin pemotong menuju ke mesin penggorengan.
- h. Setelah itu mie didinginkan melalui mesin pendingin selama beberapa saat dan seterusnya ke mesin packing.
- i. Dalam perjalanan dari mesin pendingin ke mesin kemas (*packing*) disertai dengan bumbu yang sudah dibungkus plastik terlebih dahulu.
- j. Untuk membuat bumbu, semua bahan yang digunakan digiling hingga halus dan kering, kemudian diaduk hingga homogen, lalu dikemas dalam plastik dengan mesin kemas khusus.

Selanjutnya untuk melihat secara jelas proses produksi pembuatan mie instan PT. Megah Putra di Makassar dapat dilihat pada skema II berikut ini :

SKEMA II
PROSES PRODUKSI MIE INSTANT
PT. MEGAH PUTRA SEJAHTERA
DI MAKASSAR



Sumber : PT. Mega Putra Sejahtera di Makassar

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Biaya Mutu Produk

Untuk memaksimalkan pendapatan yang akan diperoleh dari konsumen maka salah satu aktivitas yang dilakukan oleh setiap perusahaan adalah dengan meningkatkan volume penjualan untuk mencapai sasaran laba yang optimal, dimana dalam melakukan distribusi barang maka sasaran yang ingin dilakukan adalah pentingnya biaya mutu produk.

Peranan biaya mutu dalam pelaksanaan distribusi produk sangat diperlukan oleh perusahaan, sebab dalam upaya yang dapat meningkatkan volume penjualan maka perusahaan wajib mengeluarkan biaya mutu, dimana biaya mutu adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas/mutu produk yang dihasilkan oleh perusahaan dalam proses produksi. Dengan pentingnya peranan biaya mutu maka perusahaan wajib memperhatikan biaya mutu yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi.

Berkaitan dengan pentingnya biaya mutu, maka hal ini diterapkan pada perusahaan PT. Megahputra Sejahtera, yakni sebuah perusahaan yang aktivitas usahanya bergerak dibidang industri mie instan, sebagai perusahaan yang terkenal sejak dahulu kala, maka perlu bagi perusahaan untuk mempertahankan sekaligus meningkatkan mutu produk yang selama ini dihasilkan oleh perusahaan.

Sehingga dengan pentingnya peranan biaya mutu, maka perusahaan perlu melakukan analisis pengendalian biaya mutu, dimana tujuan dan sasaran perusahaan melakukan pengendalian biaya mutu adalah dimaksudkan untuk dapat melihat apakah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat sesuai dengan realisasi biaya mutu yang dianggarkan oleh perusahaan PT. Megahputra Sejahtera di Makassar.

Adapun kalkulasi anggaran biaya mutu yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi mie instan dari tahun 2004 dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Biaya pencegahan

Adapun biaya pencegahan yang dialokasikan oleh perusahaan PT. Megahputra Sejahtera di Makassar dapat ditentukan sebagai berikut :

- Biaya penilaian pemasok bahan baku	Rp. 2.181.350
- Biaya gugus kendali mutu	Rp. 4.112.400
- Biaya pemeliharaan peralatan	Rp. 4.984.250
Total biaya pencegahan	Rp. 11.278.000

b. Biaya penilaian mutu

Biaya penilaian mutu produk adalah berkaitan dengan penilaian mutu produk yang dihasilkan oleh perusahaan dalam melakukan proses produksi mie instan, yang dapat ditentukan sebagai berikut :

- Biaya pengujian bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi	Rp. 5.812.300
- Biaya pemeriksaan mie instan yang selesai diproduksi	Rp. 8.515.150

- Biaya aktivitas pengawasan	Rp. 2.782.100
Total biaya penilaian mutu	Rp. 17.109.550

c. Biaya kegagalan internal

Biaya kegagalan internal adalah berkaitan dengan kegagalan yang disebabkan karena mutu produk mie instan yang tidak sesuai dengan yang distandarkan, oleh karena itulah akan disajikan rincian biaya kegagalan internal yang dapat diuraikan sebagai berikut :

- Biaya pengetesan kembali	Rp. 6.812.150
- Biaya pengerjaan kembali	Rp. 5.212.300
- Biaya sisa bahan	Rp. 4.310.100
Total biaya kegagalan internal	Rp. 16.334.550

d. Biaya kegagalan eksternal

Biaya kegagalan eksternal berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan akibat dari produk yang dihasilkan mengalami kegagalan selesai diproduksi. Rincian biaya kegagalan eksternal dapat ditentukan sebagai berikut :

- Biaya return penjualan	Rp. 5.110.500
- Biaya pemasaran produk atas kegagalan eksternal	Rp. 2.893.750
- Biaya tehnik dan proses produksi atas kegagalan eksternal	Rp. 3.617.350
Total biaya kegagalan eksternal	Rp. 11.621.600

Sedangkan anggaran biaya mutu yang dikeluarkan pada PT. Megahputra

Sejahtera di Makassar untuk tahun 2005 dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Biaya pencegahan

Dalam alokasi biaya pencegahan yang dialokasikan oleh perusahaan PT. Megahputra Sejahtera di Makassar dalam tahun 2005 dapat meliputi :

- Biaya penilaian pemasok bahan baku	Rp. 2.399.500
- Biaya gugus kendali mutu	Rp. 4.628.900
- Biaya pemeliharaan peralatan	<u>Rp. 5.482.650</u>
Total biaya pencegahan	Rp. 12.511.050

b. Biaya penilaian mutu

Rincian biaya mutu yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi mie instan adalah sebagai berikut :

- Biaya pengujian bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi	Rp. 6.399.550
- Biaya pemeriksaan mie instan yang selesai diproduksi	Rp. 9.366.650
- Biaya aktivitas pengawasan	<u>Rp. 3.199.400</u>
Total biaya penilaian mutu	Rp. 18.965.600

c. Biaya kegagalan internal

Rincian biaya yang dikeluarkan akibat kegagalan internal untuk tahun 2005 dapat ditentukan sebagai berikut :

- Biaya pengetesan kembali	Rp. 5.621.550
- Biaya pengerjaan kembali	Rp. 3.327.800
- Biaya sisa bahan	<u>Rp. 4.159.950</u>
Total biaya kegagalan internal	Rp. 13.109.200

d. Biaya kegagalan eksternal

Rincian biaya yang dikeluarkan akibat kegagalan eksternal dalam melakukan proses produksi mie instan dapat ditentukan sebagai berikut :

- return penjualan	Rp. 5.877.100
- Biaya pemasaran produk atas kegagalan eksternal	Rp. 3.327.800
- Biaya tehnik dan proses produksi atas kegagalan eksternal	<u>Rp. 4.159.950</u>
Total biaya kegagalan eksternal	Rp. 13.364.850

Dari rincian anggaran biaya mutu yang dikeluarkan oleh perusahaan PT. Megahputra Sejahtera di Makassar selama tahun 2004 dan tahun 2005 maka untuk lebih jelasnya dapat dilihat melalui tabel dibawah ini :

TABEL I
 ANGGARAN BIAYA MUTU MIE INSTAN
 PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR
 TAHUN 2004 S/D TAHUN 2005

Keterangan	Tahun	
	2004	2005
A. Biaya pencegahan		
- Biaya penilaian pemasok bahan baku	2.181.350	2.399.500
- Biaya gugus kendali mutu	4.112.400	4.628.900
- Biaya pemeliharaan peralatan	4.984.250	5.482.650
Total biaya pencegahan	11.278.000	12.511.050
B. Biaya penilaian mutu		
- Biaya pengujian bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi	5.812.300	6.399.550
- Biaya pemeriksaan mie instan yang selesai diproduksi	8.515.150	9.366.650
- Biaya aktivitas pengawasan	2.782.100	3.199.400
Total biaya penilaian mutu	17.109.550	18.965.600
C. Biaya kegagalan internal		
- Biaya pengetesan kembali	6.812.150	5.621.550
- Biaya pengerjaan kembali	5.212.300	3.327.800
- Biaya sisa bahan	4.310.100	4.159.950
Total biaya kegagalan internal	16.334.550	13.109.200
D. Biaya kegagalan eksternal		
- Biaya return penjualan	5.110.500	5.877.100
- Biaya pemasaran produk atas kegagalan eksternal	2.893.750	3.327.800
- Biaya tehnik dan proses produksi atas Kegagalan eksternal	3.617.350	4.159.950
Total biaya kegagalan eksternal	11.621.600	13.364.850
Total biaya mutu (A + B + C + D)	56.343.700	57.960.700

Sumber : PT. Megahputra Sejahtera di Makassar

Berdasarkan data anggaran biaya mutu yang dikeluarkan oleh perusahaan maka selanjutnya dapat disajikan realisasi anggaran biaya mutu dari tahun 2004 s/d tahun 2005 yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

TABEL II
 REALISASI ANGGARAN BIAYA MUTU MIE INSTAN
 PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR
 TAHUN 2003 S/D 2004

Keterangan	Tahun	
	2004	2005
A. Biaya pencegahan		
- Biaya penilaian pemasok bahan baku	3.512.300	3.780.000
- Biaya gugus kendali mutu	4.650.000	4.950.000
- Biaya pemeliharaan peralatan	5.350.000	5.450.000
Total biaya pencegahan	13.512.300	14.180.000
B. Biaya penilaian mutu		
- Biaya pengujian bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi	6.500.000	7.250.000
- Biaya pemeriksaan yang selesai diproduksi	8.650.000	8.950.000
- Biaya aktivitas pengawasan	3.150.000	3.500.000
Total biaya penilaian mutu	18.300.000	19.700.000
C. Biaya kegagalan internal		
- Biaya pengetesan kembali	7.650.000	5.850.000
- Biaya pengerjaan kembali	5.500.000	5.750.000
- Biaya sisa bahan	4.650.000	4.950.000
Total biaya kegagalan internal	17.800.000	16.550.000
D. Biaya kegagalan eksternal		
- Biaya return penjualan	5.500.000	6.150.000
- Biaya pemasaran produk atas kegagalan eksternal	3.150.000	3.500.000
- Biaya tehnik dan proses produksi atas Kegagalan eksternal	4.350.000	4.350.000
Total biaya kegagalan eksternal	13.000.000	14.000.000
Total biaya mutu (A + B + C + D)	62.612.300	64.430.000

Sumber : PT. Megahputra Sejahtera di Makassar

5.2 Analisis Penerapan Informasi Biaya Mutu Atas Penjualan

Perusahaan PT. Megahputra Sejahtera di Makassar adalah merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri mie instan, dimana dalam melakukan aktivitas operasional perusahaan maka perusahaan perlu membandingkan antara biaya mutu dengan volume penjualan dalam perusahaan.

Adapun informasi biaya mutu dengan volume penjualan dalam 2 tahun terakhir ini dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

TABEL III
PERBANDINGAN BIAYA MUTU TERHADAP PENJUALAN
PADA PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR
TAHUN 2004 S/D TAHUN 2005

Tahun	Biaya Mutu (Rp)	Penjualan (Rp)	Prosentase Biaya Mutu Atas Penjualan
2004	62.612.300	358.765.370	17,45
2005	64.430.000	380.182.450	16,95
Rata-rata informasi biaya mutu atas penjualan			17,20

Sumber : Hasil olahan data

Dari data tersebut di atas maka rata-rata informasi biaya mutu per tahun adalah sebesar 17,20 %, dimana dapat dilihat bahwa dalam tahun 2004 informasi biaya mutu atas penjualan sebesar 17,45 % sedangkan pada tahun 2005 informasi biaya mutu atas penjualan adalah sebesar 16,95 %.

Selanjutnya akan disajikan analisis varians biaya mutu dalam proses produksi mie instan pada PT. Megahputra Sejahtera di Makassar, dalam tahun 2004 dan tahun 2005 dapat dilihat melalui tabel IV berikut ini :

TABEL IV
**PERHITUNGAN VARIANS BIAYA MUTU
 PADA PT MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR
 TAHUN 2004**

Keterangan	Anggaran Biaya Mutu (Rp)	Realisasi Biaya Mutu (Rp)	Selisih	
			Rp.	%
A. Biaya Pencegahan				
- Biaya penilaian pemasok bahan baku	2.181.350	3.512.300	(1.330.950)	(-61,01)
- Biaya gugus kendali kualitas	4.112.400	4.650.000	(537.600)	(-13,02)
- Biaya pemeliharaan peralatan	4.984.250	5.350.000	(365.750)	(7,34)
Jumlah biaya pencegahan	11.278.000	13.512.300	(2.243.700)	(19,81)
B. Biaya Penilaian				
- Biaya pengujian bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi	5.812.300	6.500.000	(687.700)	(11,84)
- Biaya pemeriksaan Mie instan yang telah selesai diproduksi	8.515.150	8.650.000	(134.850)	(1,59)
- Biaya aktivitas pengawasan	2.782.100	3.150.000	(367.900)	(13,23)
Jumlah biaya penilaian	17.109.550	18.300.000	(190.450)	(6,96)
C. Biaya kegagalan internal				
- Biaya pengembalian	6.812.150	7.650.000	(837.850)	(12,29)
- Biaya pengerjaan kembali	5.212.300	5.500.000	(287.700)	(5,52)
- Biaya sisa bahan	4.310.100	4.650.000	(339.900)	(7,89)
Jumlah biaya kegagalan internal	16.334.550	17.800.000	(1.465.450)	(8,97)
D. Biaya kegagalan eksternal				
- Biaya return penjualan	5.110.500	5.500.000	(389.500)	(7,62)
- Biaya pemasaran produk atas kegagalan eksternal	2.893.750	3.150.000	(256.250)	(8,86)
- Biaya teknik dan proses produksi atas kegagalan eksternal	3.617.350	4.350.000	(732.650)	(20,25)
Jumlah biaya kegagalan eksternal	11.621.600	13.000.000	(1.378.400)	11,86
Total biaya mutu	56.343.700	62.612.300	6.268.600	11,13

Sumber : PT. Megahputra Sejahtera di Makassar

Berdasarkan hasil perhitungan selisih biaya mutu pada tahun 2004 nampak terjadi selisih biaya pencegahan yang merugikan sebesar Rp.2.243.300 yang dapat diuraikan untuk biaya penilaian pemasok bahan baku terjadi selisih sebesar Rp.1.330.950, biaya gugus kendali kualitas terjadi selisih yang merugikan sebesar Rp.537.600 dan biaya pemeliharaan peralatan sebesar Rp.365.750. Terjadinya selisih biaya pencegahan yang merugikan adalah disebabkan karena perusahaan belum memadai dalam menentukan anggaran biaya pencegahan.

Sedangkan untuk biaya penilaian terjadi selisih sebesar Rp.190.450 atau sebesar 6,96 % dengan perincian untuk biaya pengujian bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi terjadi varians sebesar Rp.687.700, biaya pemeriksaan mie instan yang selesai diproduksi sebesar Rp.134.850 serta aktivitas biaya pengawasan terjadi selisih sebesar Rp.367.900 atau sebesar 13,23 %. Terjadinya selisih biaya penilaian yang merugikan adalah dikarenakan biaya penilaian yang lebih besar dari yang dianggarkan.

Kemudian untuk biaya kegagalan internal terdapat selisih sebesar Rp.1.465.450 atau sebesar 8,97 %, dengan perincian untuk biaya pengetesan kembali sebesar Rp.837.850 atau 12,29 %, biaya pengerjaan kembali terjadi selisih sebesar Rp.287.700 atau 5,52 % dan biaya sisa bahan terjadi selisih sebesar Rp.339.900 atau sebesar 7,89 %, hal ini disebabkan karena realisasi biaya kegagalan internal yang tidak sesuai dengan yang ditargetkan dalam pengendalian biaya mutu.

Sedangkan untuk biaya kegagalan eksternal terjadi selisih sebesar Rp.1.378.400 atau sebesar 11,86 %, dengan perincian untuk return penjualan sebesar

Rp.389.500 atau 7,62 %, biaya pemasaran produk atas kegagalan eksternal terjadi selisih sebesar Rp.256.250 atau sebesar 8,86 % dan biaya tehnik dan proses produksi atas kegagalan eksternal terjadi selisih sebesar Rp.732.650 atau sebesar 20,25 %. Sehingga total biaya mutu terjadi selisih sebesar Rp.6.268.600 atau sebesar 11,13 %, hal ini disebabkan karena penerapan pengendalian biaya mutu yang tidak sesuai dengan realisasi yang terjadi dalam perusahaan.

Sedangkan perhitungan varians biaya mutu yang dikeluarkan oleh perusahaan PT. Megahputra Sejahtera di Makassar selama tahun 2005 dapat dilihat melalui tabel V berikut ini :

TABEL V
PERHITUNGAN VARIANS BIAYA MUTU
PADA PT. MEGAHPUTRA SEJAHTERA DI MAKASSAR
TAHUN 2005

Keterangan	Anggaran Biaya Mutu (Rp)	Realisasi Biaya Mutu (Rp)	Selisih	
			Rp.	%
A. Biaya Pencegahan				
- Biaya penilaian pemasok bahan baku	2.399.500	3.780.000	(1.380.500)	(57,54)
- Biaya gugus kendali kualitas	4.628.900	4.950.000	(321.100)	(6,93)
- Biaya pemeliharaan peralatan	5.482.650	5.450.000	32.650	0,60
Jumlah biaya pencegahan	12.511.050	14.180.000	1.668.950	13,34
B. Biaya Penilaian				
- Biaya pengujian bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi	6.399.550	7.250.000	(850.450)	(13,29)
- Biaya pemeriksaan mie instan yang telah selesai diproduksi	9.366.650	8.950.000	416.650	4,45
- Biaya aktivitas pengawasan	3.199.400	3.500.000	(300.600)	(9,40)
Jumlah biaya penilaian	18.965.600	19.700.000	734.400	3,87
C. Biaya kegagalan internal				
- Biaya pengembalian	5.621.550	5.850.000	(228.450)	4,06
- Biaya pengerjaan kembali	3.327.800	5.750.000	(2.422.200)	(72,79)
- Biaya sisa bahan	4.159.950	4.950.000	(790.050)	18,99
Jumlah biaya kegagalan internal	13.109.300	16.550.000	3.440.700	26,24
D. Biaya kegagalan eksternal				
- Biaya return penjualan	5.877.100	6.150.000	(272.900)	(4,64)
- Biaya pemasaran produk atas kegagalan eksternal	3.327.800	3.500.000	(172.300)	(5,18)
- Biaya teknik dan proses produksi atas kegagalan eksternal	4.159.950	4.350.000	190.050	(4,56)
Jumlah biaya kegagalan eksternal	13.364.850	14.000.000	16.351.050	47,52
Total biaya mutu	57.960.700	64.430.000	6.469.300	11,16

Sumber : PT. Megahputra Sejahtera di Makassar

Berdasarkan tabel V mengenai perhitungan selisih biaya mutu pada perusahaan PT. Megahputra Sejahtera selama tahun 2005, nampak bahwa biaya mutu yang dianggarkan tidak sesuai dengan realisasi. Hal ini dapat dilihat dari biaya pencegahan terdapat selisih yang merugikan sebesar Rp.1.668.450 yang meliputi biaya penilaian pemasok bahan baku sebesar Rp.1.380.500, gugus kendali kualitas yang merugikan sebesar Rp.321.100 dan biaya pemeliharaan peralatan sebesar Rp.32.650. Terjadinya selisih yang merugikan adalah disebabkan karena biaya pencegahan yang tidak sesuai dengan yang ditargetkan.

Kemudian selisih biaya penilaian yang merugikan sebesar Rp.734.400 yang meliputi biaya pengujian bahan baku yang merugikan sebesar Rp.850.450, biaya pemeriksaan mie instan yang selesai diproduksi sebesar Rp.416.650 dan biaya aktivitas pengawasan yang merugikan sebesar Rp.300.600,-

Selanjutnya biaya kegagalan internal yang merugikan sebesar Rp.3.440.700 yang meliputi biaya pengetesan kembali merugikan sebesar Rp.228.450, biaya pengerjaan kembali merugikan sebesar Rp.2.422.200 dan biaya sisa bahan merugikan sebesar Rp.790.050,-

Selanjutnya biaya kegagalan eksternal dapat meliputi return penjualan merugikan sebesar Rp.272.900, biaya pemasaran produk atas kegagalan eksternal sebesar Rp.172.200, biaya teknik dan proses produksi sebesar Rp.190.050, terjadinya selisih yang merugikan disebabkan karena kurang tepatnya sistem penganggaran yang dilakukan oleh perusahaan.

Berikut ini akan disajikan besarnya biaya mutu yang terdiri dari biaya pencegahan, biaya penilaian dan biaya kegagalan eksternal terhadap tingkat kerusakan produk yang dapat dilihat melalui tabel dibawah ini :

TABEL VI
BESARNYA BIAYA MUTU (BIAYA PENCEGAHAN, BIAYA
PENILAIAN, DAN BIAYA KEGAGALAN EKSTERNAL
DAN TINGKAT KESALAHAN PRODUK

Tahun	Biaya Pencegahan	Biaya Penilaian	Biaya Kegagalan Eksternal (Rp)	Tingkat Kerusakan Produk (Karton)
2001	23.818.000	9.612.350	7.118.250	96.215
2002	13.619.000	12.810.900	8.816.900	110.515
2003	10.918.000	16.895.110	9.612.250	122.210
2004	11.278.000	17.109.550	11.621.600	152.812
2005	12.511.050	18.965.600	13.364.850	122.525
Total	72.144.050	79.393.510	50.533.850	603.877
Rata-rata	14.428.810	15.078.702	10.106.770	120.775

Sumber : PT. Megahputra Sejahtera di Makassar

5.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah suatu analisis untuk melihat pengaruh penerapan informasi biaya mutu terhadap peningkatan penjualan pada perusahaan PT. Megahputra Sejahtera di Makassar, melalui perhitungan statistik dengan program komputerisasi dapat dilihat melalui tabel VII berikut ini :

TABEL VII
HASIL PERHITUNGAN KOEFISIEN REGRESI
MELALUI PROGRAM KOMPUTERISASI

Volume	Koefisien Regresi	T (DF - 1)	Probability	r ²
X ₁	-0,832	-5,576	0,113	-0,984
X ₂	-1,688	6,525	0,097	-0,988
X ₃	-4,177	-12,159	0,052	-0,997
Constanta	165.716,30			
Signifikan dengan tingkat kepercayaan 95 %				
R = 0,999				
R ² = 0,999 F. ratio = 233,050				

Sumber : Data diolah dengan menggunakan program SPSS

Berdasarkan Tabel VII hasil perhitungan di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 1.165.716,90 - 0,832 X_1 - 1,688 X_2 - 4,177 X_3$

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan bahwa :

$b_0 = 165.716,90$ merupakan nilai nyata dan tidak dapat dijelaskan oleh kenaikan biaya mutu

$b_1 = -0,832$ artinya apabila biaya pencegahan dinaikkan sebesar Rp.1000,- maka tingkat kerusakan produk akan menurun sebesar 0,832 dengan asumsi X_2, X_3 , constan.

$b_2 = -1,688$ artinya apabila biaya penilaian yang ditetapkan oleh perusahaan dinaikkan sebesar Rp. 1000, maka tingkat kerusakan produk akan berkurang sebesar 1,688 dengan asumsi X_1, X_3 , constan.

$b_3 = 4,177$ artinya apabila biaya kegagalan eksternal dinaikkan sebesar Rp.1000, maka tingkat kerusakan produk akan menurun sebesar 4,177 karton, dengan asumsi X_1, X_2, X_4 constan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penganalisaan mengenai pengendalian mutu produk mie instan pada perusahaan PT. Megahputra Sejahtera di Makassar maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Dari hasil analisis pengendalian biaya mutu yang dilakukan oleh perusahaan nampak bahwa pengendalian biaya mutu yang dilakukan oleh perusahaan belum sepenuhnya efisien dan efektif, hal ini disebabkan karena masih kurangnya pemanfaatan penggunaan biaya mutu sebagai alat pengendalian biaya mutu yang dilakukan oleh perusahaan.
- 2) Hasil analisis pengendalian biaya mutu menunjukkan bahwa biaya mutu yang dianggarkan oleh perusahaan tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.
- 3) Berdasarkan analisis regresi maka diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 1.165.716,90 - 0,832 X_1 - 1,688 X_2 - 4,177 X_3$, yang dapat dijelaskan bahwa $b_0 = 165.716,90$ merupakan nilai nyata dan tidak dapat dijelaskan oleh kenaikan biaya mutu, $b_1 = -0,832$ artinya apabila biaya pencegahan dinaikkan sebesar Rp.1000,- maka tingkat kerusakan produk akan menurun sebesar 0,832 dengan asumsi X_2, X_3 constan, $b_2 = -1,688$ artinya apabila biaya penilaian yang ditetapkan oleh perusahaan dinaikkan sebesar Rp. 1000, maka tingkat kerusakan produk akan berkurang sebesar 1,688 dengan asumsi X_1, X_3 constan.

$b_3 = 4,177$ artinya apabila biaya kegagalan eksternal dinaikkan sebesar Rp.1000, maka tingkat kerusakan produk akan menurun sebesar 4,177 karton, dengan asumsi X_1, X_2, X_4 constan.

6.2 Saran-saran

Dari hasil kesimpulan yang telah dikemukakan maka dapat diberikan saran-saran sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan, yaitu :

- 1) Hendaknya perusahaan menerapkan anggaran biaya mutu sebagai alat pengendalian biaya mutu dalam melakukan proses produksi mie instan
- 2) Disarankan pula kepada PT. Megahputra Sejahtera untuk lebih meningkatkan biaya mutu yang sesuai dengan yang dianggarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Krismiaji, 2002, **Dasar-Dasar Akuntansi Manajemen**, cetakan pertama, Penerbit : UPP AMP YKPN, Jakarta
- Kusnadi dkk. 2001. **Akuntansi Biaya**, Penerbit : Fakultas Ekonomi, UNJAY, Bandung
- Mowen dan Hansen, 2000, **Manajemen Biaya, Akuntansi dan Pengendalian**, edisi pertama, penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Munawaroh, Munjiati, dkk, 2004, **Manajemen Operasi**, edisi pertama, cetakan pertama, penerbit : UPFE, Yogyakarta
- Nasution M.N. 2001, **Manajemen Mutu Terpadu**, cetakan pertama, penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta
- Prawirosentono Suyadi, 2002, **Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisis**, cetakan pertama, penerbit : Bumi Aksara, Jakarta
- Samryn, L,M, 2001, **Akuntansi Manajemen Suatu Pengantar**, cetakan pertama, penerbit : Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sumayang, Lalu, 2003, **Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi**, edisi pertama, penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Supriyono, 2002, **Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen untuk Teknologi Maju dan Globalisasi**, edisi kedua, cetakan pertama, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Yamit, Zulian, 2002, **Manajemen Kualitas : Produk dan Jasa**, edisi pertama, cetakan kedua, penerbit Ekonisia, Yogyakarta

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Biaya Kegagalan Eksternal, Biaya Penilaian, Biaya Pencegahan		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Tingkat Kerusakan Produk

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,999 ^a	,999	,994	827,741

Model Summary

Model	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,999	233,050	3	1	,048

a. Predictors: (Constant), Biaya Kegagalan Eksternal, Biaya Penilaian, Biaya Pencegahan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,79E+08	3	159675204,7	233,050	,048 ^a
	Residual	685154,99	1	685154,992		
	Total	4,80E+08	4			

a. Predictors: (Constant), Biaya Kegagalan Eksternal, Biaya Penilaian, Biaya Pencegahan

b. Dependent Variable: Tingkat Kerusakan Produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	165716,25	3767,601		43,985	,014
	Biaya Pencegahan	-,832	,149	-,407	-5,576	,113
	Biaya Penilaian	-1,688	,259	-,360	-6,525	,097
	Biaya Kegagalan Eksternal	-4,177	,344	-,977	-12,159	,052

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	165716,25	3767,601		43,985	,014
	Biaya Pencegahan	-,832	,149	-,407	-5,576	,113
	Biaya Penilaian	-1,688	,259	-,360	-6,525	,097
	Biaya Kegagalan Eksternal	-4,177	,344	-,977	-12,159	,052