



ANALISIS PENERAPAN COST OF QUALITY UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK PADA PERUSAHAAN HUMBLE PROJECT TASIKMALAYA

Aceng Febi

Universitas Siliwangi

201002055@student.unsil.ac.id

Abstract: *Quality products can be achieved by the company must always monitor and improve the quality of its products. Costs incurred in relation to efforts to improve product quality are called quality costs. The purpose of this study was to determine the application of the cost of quality or the cost of quality to improve product quality. This research was conducted at the Humble Project, which is a company engaged in the clothing industry. The method used by the author is descriptive qualitative method. The data sources used are primary and secondary data sources. The data collection technique uses purposive sampling. The results of the study show that from the components taken, it can be concluded that the Humble Project has implemented quality costs but needs to maximize the Cost of Quality or Quality Costs in the business being carried out.*

Keywords: *Cost of Quality, Product Quality, Company*

Abstrak: Produk yang berkualitas dapat dicapai dengan perusahaan harus selalu melakukan pengawasan dan peningkatan terhadap kualitas produknya. Biaya yang dikeluarkan dalam kaitannya dengan usaha peningkatan kualitas produk disebut biaya kualitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan biaya kualitas atau cost of quality untuk meningkatkan kualitas produk. Penelitian ini dilakukan pada Humble Project, yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pakaian. Metode yang digunakan penulis adalah metode kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder, Teknik pengumpulan data menggunakan purposive sumpling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dari komponen-komponen yang diambil maka dapat disimpulkan bahwa Humble Project telah menerapkan biaya kualitas namun perlu memaksimalkan Cost of Quality atau Biaya Kualitas pada usaha yang dilakukan.

Kata kunci: Cost of Quality, Kualitas Produk, Perusahaan

1. Pendahuluan

Fesyen (*Fashion*) termasuk salah satu subsektor ekonomi kreatif unggulan. Terlebih lagi, subsektor fesyen diisi dengan generasi muda kreatif dan inovatif yang berperan penting dalam mendukung perkembangan tren fesyen 2023. Dalam upaya meningkatkan subsektor ekonomi

kreatif tersebut, para pelaku industri kreatif fesyen terus mengembangkan tren fesyen yang ada di Indonesia. Trend Fesyen memiliki daya tarik tersendiri sehingga selalu menyita perhatian banyak orang.[1].

Di Indonesia, sektor pakaian jadi dan garmen menyokong mata pencaharian hampir 2 juta orang, menurut data Organisasi Perburuhan Internasional. Risiko terkait inflasi global dan situasi geopolitik saat ini juga berdampak pada industri manufaktur pakaian jadi. Pada kuartal I 2022, volume produksi industri pakaian jadi bisa meningkat 10,44% per tahun. Permintaan kemungkinan besar hanya akan meningkat hingga 75% dari level pra-COVID. Pertumbuhan industri pakaian melambat menjadi 0,16% di Q4 2022. Namun pada tahun 2022, sektor pakaian jadi Indonesia akan mengalami pertumbuhan tahunan sebesar 5,84%. Pada Q4 2022, diperkirakan industri bahan baku tekstil atau pakaian jadi akan mengalami penurunan sebesar 1,02%. Mulai Juli 2022, industri tekstil akan berekspansi, sedangkan sektor pakaian jadi akan mengalami dua kali lonjakan permintaan di tahun 2023.[2]

Persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, kemasan, dan sebagainya). Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Setiap bisnis mengharapakan keuntungan maksimal. Keuntungan tersebut diperoleh dengan kepuasan konsumen yang mendorong mereka untuk kembali membeli dan bahkan setia menggunakan produk tersebut. Konsumen pun hanya akan merasa puas apabila kualitas produk yang diharapkan sesuai dengan standar. Apabila perusahaan tidak mampu menghasilkan mutu produk yang sesuai standar maupun berubah-ubah, maka konsumen pun enggan untuk melakukan pembelian (apalagi *repurchase*). Jika jumlah permintaan jauh lebih sedikit dari ketersediaan barang, tentu perusahaan tak akan mencapai tujuan bisnis yang diharapkan.

Untuk mencapai produk yang berkualitas, perusahaan harus selalu melakukan pengawasan dan peningkatan terhadap kualitas produknya, sehingga akan diperoleh hasil akhir yang optimal. Kualitas yang meningkat mengurangi terjadinya produk rusak sehingga mengakibatkan biaya-biaya yang terus menurun dan pada akhirnya meningkatkan laba. Biaya kualitas dapat dipakai oleh perusahaan sebagai pengukur keberhasilan program perbaikan kualitas. Hal ini berkaitan

dengan kebutuhan perusahaan yang harus selalu memantau dan melaporkan kemajuan dari program perbaikan tersebut.[3]

Humble Project merupakan perusahaan di bidang industri pakaian yang berada di Tasikmalaya dan baru berdiri sejak tahun 2021. Sebagai perusahaan yang bergelut di bidang fesyen tentunya *Humble Project* harus memberikan kualitas yang terbaik bagi konsumen agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya di tengah persaingan yang sangat ketat. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap *Humble Project*. Sebagai usaha yang baru berdiri apakah *Humble Project* sudah menerapkan biaya kualitas atau *cost of quality* dalam bisnisnya dan bagaimana penerapan *cost of quality* pada usaha *Humble Project*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penerapan *Cost of Quality* agar usaha *Humble Project* dapat terus berkembang dan dapat bersaing di pasaran.

2. Kajian Pustaka

2.1 Cost of Quality

Biaya kualitas atau *cost of quality* merupakan salah satu komponen pengeluaran yang harus dipersiapkan oleh perusahaan dengan perhitungan yang tepat. Di samping untuk merencanakan efisiensi pengeluaran, biaya ini juga membantu perusahaan untuk mengambil kebijakan manajemen dalam mempertahankan dan mengekspansi bisnis. Biaya kualitas adalah biaya-biaya yang timbul guna menangani kualitas produk yang dihasilkan, baik mempertahankan mutu maupun memperbaiki produk yang cacat atau tidak sesuai standar.

Biasanya, biaya ini muncul karena adanya produk yang berkualitas buruk atau tidak mampu memenuhi standar mutu konsumen (disebut juga *cost of poor quality* atau COPQ). Adapun COPQ terjadi karena adanya biaya yang tersembunyi, biaya manajemen, biaya kehilangan aset, kerugian karena kehilangan proyek, dan kehilangan kepercayaan konsumen.[4]

2.2 Kualitas Produk

Para peminat beli pelanggan potensial menginginkan agar produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi harapan konsumen agar menjadi puas dan loyal pada perusahaan. Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri.[5]

Dimensi kualitas produk menurut terdiri dari :

- a. *Performance* (kinerja) yaitu berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- b. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama umur produk bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.
- c. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana produk memenuhi spesifikasi atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- d. *Features*(fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau ketertarikan konsumen terhadap produk.
- e. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
- f. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
- g. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.[6]

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha Humble Project yaitu usaha yang bergerak di bidang pakaian atau *fashion*. Usaha berada di Kost H. Rojak RT/RW 04/13 Perum PLN, Mangkubumi, Kota Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan permasalahan dan fokus penelitian. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang menampilkan prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam hal ini, peneliti menafsirkan dan menjelaskan data-data yang didapat peneliti dari wawancara, observasi, dokumentasi, sehingga mendapatkan jawaban permasalahan dengan rinci dan jelas.

Metode penelitian deskriptif-kualitatif difokuskan pada permasalahan atas dasar fakta yang dilakukan dengan cara pengamatan/observasi, wawancara, dan mempelajari dokumen-dokumen. Dipilihnya metode ini sebagai salah satu metode penulisan guna memperoleh gambaran di lapangan dan Implementasi Cost of Quality untuk meningkatkan kualitas produk pada usaha Humble Project.

Penelitian ini menggunakan 2 sumber data, yaitu:

1. Sumber data Primer Diperoleh melalui wawancara dan pengamatan langsung di lapangan. Sumber data primer merupakan data yang diambil langsung oleh peneliti dengan cara menggali langsung dari sumber data. Sumber data primer pada penelitian ini adalah pemilik usaha Humble Project.
2. Sumber data sekunder Diperoleh melalui dokumentasi, studi kepustakaan, serta catatan

lapangan. Sumber data ini diperoleh melalui bantuan media cetak dan juga media elektronik yang tersedia.

Teknik pengambilan sumber data yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu yang dimaksud adalah bahwa orang yang kita pilih sebagai nara sumber atau informan dianggap yang paling tahu atau lebih kompeten tentang penerapan cost of quality pada usaha humble project yaitu pemilik Humble Project.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Penerapan Cost of Quality

4.1.1 Pelatihan Tenaga Kerja

Sumber daya manusia yang berkualitas adalah kunci utama keberhasilan produk dengan kualitas yang bagus. Oleh sebab itu, perusahaan perlu memilih tenaga kerja yang mumpuni dan mendukung pemberian pelatihan untuk meningkatkan *skill* yang dimiliki tenaga kerja.

Humble Project telah melaksanakan pelatihan kepada tenaga kerja meskipun pelatihannya masih dalam ruang lingkup kecil tidak seperti pelatihan yang diberikan di perusahaan-perusahaan besar. Pelatihan ini dilaksanakan sampai pegawai cakap di bidang yang dikerjakan, pelatihan lebih bersifat santai dan kekeluargaan tanpa menghilangkan eksistensi dari pelatihan itu sendiri.

4.1.2 Riset Pasar

Sebuah produk harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen agar dapat diterima. Oleh sebab itu, riset pasar harus dilakukan guna mengetahui apa yang benar-benar menjadi keperluan dan keinginan pasar.

Humble Project melakukan mini riset yang dilakukan oleh pemilik usaha, bahwa karena usia produktif adalah usia yang banyak meminati trend fesyen maka segmentasi pasar pada usaha ini difokuskan kepada remaja dan dewasa muda yaitu dari usia 12-35 tahun.

4.1.3 Audit Kualitas Produk

Sebelum dipasarkan, sebuah produk perlu melalui tahap pengujian kualitas. Audit bisa dilakukan oleh pihak internal maupun eksternal sesuai dengan persyaratan yang dibutuhkan untuk bisa dipasarkan.

Humble Project menjalankan usaha dengan penuh kehati-hatian sehingga ada audit atau pengecekan kualitas produk baik dari bahan baku maupun bahan yang sudah jadi sebelum di berikan kepada konsumen.

4.1.4 Pemeliharaan Akurasi Peralatan

Kalibrasi peralatan pengujian juga perlu dilakukan sebagai salah satu *tool* untuk menentukan hasil kualitas produk. Untuk pemeliharaan akurasi peralatan, Humble Project memisahkan anggaran sebesar 5% setiap bulannya untuk pemeliharaan.

4.1.5 Scrap

Scrap merupakan biaya untuk tenaga kerja, material, maupun *overhead* pada produk yang telah cacat secara ekonomis dan tidak dapat diperbaiki lagi. *Scrap* termasuk dalam jenis biaya kegagalan internal. Sejauh ini belum ada cacat ataupun produk gagal yang di produksi oleh Humble Project karena kehati-hatian dan ketelitian dalam produksi barang.

4.1.6 Jaminan

Biaya ini dikeluarkan untuk memperbaiki atau mengganti (baik sebagian maupun sepenuhnya) produk yang masih berada dalam jaminan garansi. Biaya jaminan merupakan jenis biaya kegagalan eksternal.

Kegagalan eksternal pernah di alami oleh Humble Project yaitu keluhan konsumen karena warna baju yang sedikit memudar. Packing sudah dilakukan sebaik mungkin, kegagalan ini bisa disebabkan karena kesalahan pada waktu pengiriman lewat jasa pengiriman paket. Untuk menjaga kepercayaan atau kepuasan pelanggan maka Humble Project mengganti produk tersebut, namun belum ada dana

Dari komponen-komponen yang diambil diatas maka dapat disimpulkan bahwa Humble Project telah menerapkan biaya kualitas namun perlu memaksimalkan Cost of Quality atau Biaya Kualitas pada usaha yang dilakukan. Perusahaan perlu lebih menyiapkan mitigasi agar tidak terjadi kerugian akibat produk yang rusak baik akibat faktor internal maupun eksternal.

5 Kesimpulan

Fesyen (*Fashion*) termasuk salah satu subsektor ekonomi kreatif unggulan. Terlebih lagi, subsektor fesyen diisi dengan generasi muda kreatif dan inovatif yang berperan penting dalam mendukung perkembangan tren fesyen 2023. Dalam upaya meningkatkan subsektor ekonomi kreatif tersebut, para pelaku industri kreatif fesyen terus mengembangkan tren fesyen yang ada di Indonesia. Trend Fesyen memiliki daya tarik tersendiri sehingga selalu menyita perhatian banyak orang.

Untuk mencapai produk yang berkualitas, perusahaan harus selalu melakukan pengawasan dan peningkatan terhadap kualitas produknya, sehingga akan diperoleh hasil akhir yang optimal. Kualitas yang meningkat mengurangi terjadinya produk rusak sehingga mengakibatkan biaya-biaya yang terus menurun dan pada akhirnya meningkatkan laba. Biaya kualitas dapat dipakai oleh perusahaan sebagai pengukur keberhasilan program perbaikan kualitas. Hal ini berkaitan dengan kebutuhan perusahaan yang harus selalu memantau dan melaporkan kemajuan dari program perbaikan tersebut

Dari komponen-komponen yang diambil maka dapat disimpulkan bahwa Humble Project telah menerapkan biaya kualitas namun perlu memaksimalkan Cost of Quality atau Biaya Kualitas pada usaha yang dilakukan. Perusahaan perlu lebih menyiapkan mitigasi agar tidak terjadi kerugian akibat produk yang rusak.

Daftar Pustaka

- [1] “Tren Fesyen 2023 di Indonesia, Wastra Menjadi Unggulan,” *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 2023. <https://kemenparekraf.go.id/destinasi-super-prioritas/tren-fesyen-2023-di-indonesia-wastra-menjadi-unggulan>
- [2] “Pertumbuhan Industri Tekstil di Indonesia Setelah COVID-19,” *Kawan Era Baru*, 2023. <https://kawanerabaru.com/pertumbuhan-industri-tekstil-di-indonesia-setelah-covid-19/#:~:text=Pertumbuhan industri pakaian melambat menjadi,penurunan sebesar 1%2C02%25.>
- [3] K. Wahyuningtias, “Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Produk Rusak Pada Cv. Ake Abadi,” *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 1, no. 3, pp. 321–330, 2013.
- [4] N. Ramdani, “Biaya Kualitas : Pengertian, Jenis, Komponen dan Cara Penerapannya,” *Akseleran*, 2021. [https://www.akseleran.co.id/blog/biaya-kualitas/#:~:text=Biaya kualitas alias cost of,dalam mempertahankan dan mengekspansi bisnis. \(accessed Jun. 08, 2023\).](https://www.akseleran.co.id/blog/biaya-kualitas/#:~:text=Biaya kualitas alias cost of,dalam mempertahankan dan mengekspansi bisnis. (accessed Jun. 08, 2023).)
- [5] Jackson R.S. Weenas, “Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta,” *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED Comf.*, vol. 1, no. 4, pp. 607–618, 2013, doi: 2303-1174.
- [6] B. Saidani and S. Arifin, “Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market,” *J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–22, 2012.