



ANALISIS PENERAPAN COST OF QUALITY UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK PADA PERUSAHAAN TAHU BULAT PD JEMPOL DI KABUPATEN CIAMIS

Gita Guntari¹, Dara Istia Aisyah², Asep Syarif Ismail³

^{1,2,3} Universitas Siliwangi

¹ gitaguntari@gmail.com, ² daraaistyh@gmail.com ³ syarifismail1357@gmail.com

Abstract: *Competition in the business sector requires that every company needs to produce quality products. This can be done by always checking and standardizing product quality. The costs incurred for these needs are often called quality costs or quality costs. The purpose of this research is to find out the extent of the quality of quality carried out by the round tofu company PD Jempol located in Ciamis Regency to improve the quality of its products. The method used by the author is a descriptive qualitative method. The data sources used are primary and secondary data sources obtained from interviews, observations and literature studies. The results of the research show that from the components taken, it can be concluded that the PD Jempol Round Tofu Company has implemented quality costs but needs to maximize the Cost of Quality in the business carried out.*

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

Abstrak: Persaingan pada sektor usaha mengharuskan setiap perusahaan perlu menghasilkan produk yang berkualitas hal ini dapat dilakukan dengan selalu melakukan pengecekan dan standardisasi kualitas produk. Biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan ini sering disebut dengan biaya kualitas atau cost of quality. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana cost of quality yang dilakukan oleh perusahaan tahu bulat PD Jempol yang berlokasi di Kabupaten Ciamis dapat meningkatkan kualitas produknya. Metode yang digunakan penulis adalah metode kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder yang diperoleh dari wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Perusahaan Tahu Bulat PD Jempol 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

Saat ini mulai banyak perusahaan yang bermunculan baik pada bidang makan, minuman, jasa, ataupun manufaktur. Dari beberapa usaha tersebut budang makanan menjadi salah satu usaha yang terus mengalami perkembangan seiring mengikuti perkembangan trend makanan yang sedang *hype* sehingga hal ini menjadikan usaha makanan terus mengaku perkembangan dan inovasi untuk mempertahankan usahau. Usaha pada bidang makanan khususnya tahu bulat masih menjadi salah satu makanan yang banyak diminati di kalangan

anak-anak dan remaja terlihat di daerah-daerah masih banyak yang berjualan tahu bulat secara keliling di mobil, membuka kedai dan ada juga yang berjualan secara konvensional dengan di pikul. Untuk mempertahankan konsumen dan mampu menarik lebih banyak konsumen baru maka perusahaan perlu melakukan *quality control* pada produknya dan dapat berinovasi untuk lebih banyak menarik minat konsumen agar membeli tahu bulat ini.

Persaingan pada saat ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dengan mempunyai nilai yang lebih, sehingga menjadi terlihat berbeda dari produk pesaing lain. 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. (Febi, 2023)

Setiap bisnis mengharapkan 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. (Wahyuningtias, 2012)

Tahu Bulat PD Jempol merupakan perusahaan di bidang makanan yang berada di Kabupaten Ciamis dan sudah berdiri sejak tahun 2013. Menjadi perusahaan yang menggeluti di bidang olahan makanan sudah seharusnya Tahu Bulat PD Jempol memberikan kualitas yang terbaik bagi konsumen supaya mampu bersaing dengan perusahaan lainnya di tengah persaingan yang sangat ketat ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai usaha Tahu Bulat PD Jempol. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah usaha Tahu Bulat PD Jempol sudah menerapkan biaya

kualitas atau cost of quality dalam bisnisnya dan untuk mengetahui bagaimana penerapan cost of quality pada usaha Tahu Bulat PD Jempol.

2. Kajian Pustaka

2.1 Cost Of Quality

Biaya kualitas adalah biaya yang hadir atau muncul untuk menangani atau bertanggung jawab atas kualitas produk yang akan dihasilkan, guna mempertahankan, memperbaiki sebuah produk yang cacat bahkan sampai produk yang tidak sesuai standar. Biaya ini terkadang muncul karena hasil produk yang tidak sesuai standar atau dengan kata lain hasil yang buruk yang tidak memenuhi standar mutu konsumen (cost of poor quality atau COPQ). I Nyoman Mariantha (2018:79) Biaya kualitas adalah sebuah usaha dari perusahaan untuk mewujudkan harapan pelanggan yang berubah-ubah, melalui barang dan jasa, proses serta environment yang dihasilkan. Suatu kegiatan yang ada hubungannya dengan kualitas merupakan kegiatan yang dijalankan karena ada indikasi atau sudah terjadi kualitas yang buruk. Biaya yang digunakan untuk kegiatan tersebutlah yang bisa dikatakan sebagai biaya kualitas.(Kasih & Reviandani, 2022)

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.(Weenas, 2013)

2.3 Perusahaan

Istilah perusahaan untuk pertama kalinya terdapat di dalam pasal 6 KHU Dagang yang mengatur mengenai penyelenggaraan pencatatan yang wajib dilakukan oleh setiap orang yang menjalankan perusahaannya. Perusahaan juga dapat didefinisikan sebagai tempat suatu kegiatan produksi dan tempat berkumpulnya semua faktor produksi. Badan usaha ini dapat dijalankan oleh perorangan, persekutuan, atau badan hukum. Dengan kata lain, perusahaan merupakan kegiatan ekonomi yang berupa membeli barang dan menjualnya lagi atau menyewakan dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba.(Dalimunthe et al., 2023).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha Tahu Bulat PD Jempol yakni usaha yang bergerak dibidang olahan makanan. Tahu Bulat PD Jempol berada di Dusun Rajapeni RT 17 RW 05, Desa Sukaraja, Kec. Sindangkasih, Kab. Ciamis. Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dimana pendekatan kualitatif ini adalah penelitian yang menggunakan deskriptif yang berupa kata-kata baik secara tertulis maupun tidak tertulis.

Metode penelitian dengan menggunakan deskriptif kualitatif ini menjelaskan permasalahan yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga semua permasalahan dapat terpecahkan dengan jelas. Penelitian ini menggunakan 2 sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Dimana sumber data primer yang dihasilkan yakni melalui wawancara dan observasi ke lapangan secara langsung. Sedangkan sumber data sekunder yang dihasilkan yakni dari studi kepustakaan seperti dari buku, majalah, artikel, dst.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Penereapan *Cost of Quality*

4.1.1 Riset Pasar

Usaha ini memiliki segmentasi yang cukup luas yaitu semua kalangan masyarakat dari anak-anak sampai dewasa. Untuk targetnya yaitu para pedagang yang biasa berjualan tahu bulat yang di goreng sudah di goreng ini juga selalu memberikan kualitas terbaik pada setiap produknya dan berinovasi agar pembeli tidak bosan. Pesaing dari usaha ini yaitu UMKM yang memproduksi produk yang sama.

Pada aspek pasar dan pemasaran tahu bulat jempol ini sudah bisa menerapkan strategi pemasaran yang baik. Di tahu bulat jempol ini sudah mampu memenuhi permintaan konsumen, menerapkan harga yang relative murah dengan kualitas produk yang baik sehingga mampu mmenjangkau sasaran yang luas dari kegiatan promosi baik yang di lakukan secara online maupun *offline*.

a. Strategi Produk

Strategi untuk produk Tahu bulat ini yaitu dalam segi ukurannya yang beragam dan isinya terlihat lebih banyak dan ketika digoreng akan lebih renyah. Selain itu produk ini selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas.

b. Strategi Harga

Harga dari Tahu Bulat beragam adalah Rp. 10.000, Rp. 2.500, Rp. 3.000 untuk setiap bungkusnya. Setiap bungkus berbeda ukuran ada yang standar, jumbo biasa dan jumbo full.

c. Strategi Distribusi

Pendistribusian produk tahu bulat memasok ke beberapa daerah yakni Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur. Dan dijual melalui pengiriman paket atau di antar.

d. Strategi Promosi

Karena usaha ini belum mempunyai *website*, maka untuk promosinya usaha ini mengandalkan *WhatsApp* dan *facebook* pribadi milik pemilik. Selain itu, strategi promosi yang dilakukan adalah mencantumkan nomor hp pada merek yang ditempel dalam kemasan tahu bulat. Jadi, apabila ada yang ingin memesan, tinggal menghubungi nomor yang tertera.

4.1.2 Legalitas

Ditinjau dari aspek legalitas, tahu bulat jempol sudah dinyatakan layak karena memiliki data usaha yang lengkap dan struktur organisasi yang jelas dengan demikian usaha yang tengah dijalankan bisa berjalan dengan baik kedepannya sesuai dengan tugas dan tanggungjawab yang diberikan. Legalitas yang ada pada tahu bulat jempol adalah Izin Pendirian, PIRT, NIB, NPWP, Sertifikasi Halal. Dari segi produk yang dihasilkan dan pendirian bisnis ini tentunya tidak melanggar hukum yang berlaku, karena dalam pembuatannya tidak menggunakan bahan yang berbahaya dan juga tidak terdapat unsur bahan-bahan yang haram. Namun tetap surat izin/legalitas sangat diperlukan sebagai penunjang berdirinya usaha.

4.1.3 Layout (Bangunan dan Tata letak bangunan)

Tata letak pabrik atau disebut juga sebagai tata letak fasilitas adalah tata cara pengaturan fasilitas-fasilitas pabrik untuk menunjang proses produksi, dengan menempatkan mesin atau fasilitas penunjang lain secara efektif dan efisien pada area yang telah disediakan, sehingga dapat meminimasi pergerakan dari fasilitas satu ke fasilitas lainnya. Tata letak yang terencana dengan baik akan ikut menentukan kelancaran dan kesuksesan kerja pabrik itu sendiri.

4.1.4 Pesaing

Setiap usaha pasti selalu memiliki pesaing. Pesaing merupakan sebuah kompetisi antara para penjual yang sama-sama berusaha ingin mendapat keuntungan, pangsa pasar, serta jumlah penjualan yang tinggi. Pesaing dari usaha tahu bulat ini yaitu UMKM yang memproduksi produk yang sama. Karena usaha ini memasok produknya ke berbagai daerah.

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 dialami 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 di atas 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

Semua perusahaan berlomba-lomba untuk dapat menghasilkan produk yang dapat diterima dan diminati oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan yang akan menghasilkan keuntungan bagian perusahaan. Dari banyaknya produk yang ada di pasaran dan persaingan yang terjadi antar produk sejenis maka setiap perusahaan perlu untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk mereka. Agar perusahaan dapat mencapai produk akhir yang berkualitas maka harus melakukan pengawasan dan peningkatan terhadap kualitas produknya, sehingga hasil akhir produk akan lebih optimal dan dapat menghindari kegagalan dalam proses produksi. Adanya kegagalan produk dalam proses produksi tentu akan merugikan perusahaan karena produk yang dihasilkan kurang sesuai sehingga tidak memenuhi standar kualitas atau disebut juga sebagai produk gagal.

Penerapan *cost of quality* dalam satu produksi dapat mengurangi terjadinya produk rusak sehingga kualitas produk terjaga dan akhirnya akan meningkatkan laba. Dari hasil pembahasan yang dijelaskan tentang penerapan *cost of quality* pada perusahaan Tahu Bulat PD Jempol yang diambil maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan tersebut 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

- Dalimunthe, N., Azhari, A. K., Wahyudi, I. H., Aziz, M. T., Cintana, A. D., Khairunisah, Syahfitri, M., & Adila, P. (2023). Penerapan Perjanjian Kerja Dalam Perusahaan Terhadap Hak Ketenakerjaan. *JURA: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(3).
- Febi, A. (2023). ANALISIS PENERAPAN COST OF QUALITY UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK PADA PERUSAHAAN HUMBLE PROJECT TASIKMALAYA. *MANABIS (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 2(2).
- Kasih, A. M., & Reviandani, W. (2022). ANALISIS OPTIMALISASI BIAYA KUALITAS PADA PT INSPIRA FURNEXINDO. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3).

- Wahyuningtias, K. A. (2012). Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Produk Rusak Pada Cv. Ake Abadi. *Jurnal EMBA*, 1(3).
- Weenas, J. R. S. (2013). “*Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*”. 1(4).