

PENYEBAB *QUALITY COST* DAN *PRODUCTIVITY*, PABRIKAN HONDA DI AMERIKA SERIKAT RECALL BERAGAM SEPEDA MOTOR MERK HONDA

Moh. Asra

Email: Mohammadasra64@gmail.com
Universitas Ibrahimy Sukorejo Situbondo

Abstract

The Honda motorcycle company in America is being hit by a failure of a bigbike product called the Honda Monkey, around 44 units of the unit has become a defective item that must be recalled because there is a problem in the luggage rack that is vulnerable to breakage and cause an explosion because it is located next to the tank. This motorbike is not marketable, so from Honda filed a product recall. Aside from the side, the susceptibility of the breakage of the luggage rack damages the electrical stability of the battery. In addition, there are also problems with relay relay starter button. Therefore, the factory directly contacted the customer who owns the motorcycle. So that there are no accidents or accidents due to defects in Honda's bicycle products. Based on this case, to respond and discuss using cost quality and productivity in the decision-making accounting used by companies and business people worldwide. Quality cost is an event that includes costs caused by low quality. In the quality of products for cost quality there are several components of reliability, performance, easy maintenance, features, durability / strength, aesthetics, comfort and compatibility. But not only that, it also requires a cost quality measurement approach and a quality approach vs. the productivity of an item to be bought and sold. Therefore, the author will discuss and explore the issue "The Causes of Quality Cost and Productivity, Honda Manufacturers in the United States Recall a variety of Honda motorcycles"

Keywords: *Quality Cost and Productivity, recall, Honda motorcycle brand.*

A. Pendahuluan

PT. Astra Honda Motor adalah pabrikan produk Sepede Motor se Antero dunia, dengan berbagai macam desain dan rakitan motor merk Honda. Akan tetapi, dibalik terkenalnya pabrikan tersebut terutama di daerah Amerika Serikat khusus model motor *bigbike* ini mengalami penarikan secara signifikan.

Di negeri paman sam itu, ada sekitar kisaran 43.153 Unit motor Honda yang harus di recall. Hal ini termasuk jumlah terbesar yang ada di US. Kejadian recall ini disebabkan oleh masalah relay tombol starter. Di lansir dari Honda, penemuan kegagalan produksi ini berada pada tombol relay starter terutama pada bagian karet seal. Kesalahan soal tehni ini pun merugikan para pengendara dan perusahaan sendiri. Dimana kesalahan tersebut akan mengakibatkan gangguan sekring inti yang berpotensi merusak kestabilan listrik aki.

Pada tahun 2015 dan 2019, Honda kembali meluncurkan armada aspalnya dengan model *Honda Monkey* dengan gaya trend anak ABG di Amerika. Namun nahas, sepeda motor tersebut harus menerima recall dari pimpinan perusahaan. Setelah melakukan perbaikan, akhirnya pabrikan jepang itu menemukan cacat produksi pada rak bagasi dengan ukuran mini bisa menyebabkan rak pecah dan sepeda terjatuh. Di samping itu, cacat juga ditemukan pada komponen tertentu sehingga dalam kasus ini akan mengundang bahaya kepada para pengendara. Pabrik langsung menghubungi pemiliknya agar tidak menggunakan variasi rak aksesoris tambahan, ada penemuan sekitar 645 model *Honda Monkey* harus di recall. Tepat Tanggal 16 Desember 2019, sudah melampirkan surat penarikan sepeda motor gagal produksi sehingga jika ada pengendara sesuai dengan permasalahan di atas, pabrik meminta agar segera mungkin diperbaiki secara gratis.

Oleh karena itu, dari berbagai macam kasus di atas dapat dipahami bahwa barang yang telah diproduksi tidak semuanya mencapai tingkat sempurna dan berkualitas baik. Namun sebaliknya, jika pabrik mampu melewati masa-masa itu maka secara otomatis perusahaan itu akan mendapatkan penilaian baik dari konsumen. Sehingga dirasa penting juga sebuah perusahaan di atas itu menerapkan *Quality Cost and Productivity* secara meningkat.

B. Landasan Teori

Suatu barang tidak akan ada peminatnya selama produsen masih belum meningkatkan kualitas barang mereka menjadi lebih baik dari pada pesaingnya. Jadi perlu dahulu kita memahami tentang kualitas suatu barang adakalanya dari pihak produsen serta dari pihak konsumen.

C. Kualitas

Kualitas adalah derajat atau tingkat kesempurnaan, dalam hal ini kualitas merupakan ukuran relatif dari kebaikan.¹ Kualitas merupakan harapan konsumen sehingga upaya meningkatkan kualitas (*improving quality*) merupakan kewajiban produsen.

Oleh karena itu, peningkatan salah satu atau lebih dari dimensi kualitas merupakan upaya peningkatan kualitas. Dimensi kualitas yang dipilih kemudian dimasukkan dalam spesifikasi desain produk. Selanjutnya, produksi dilakukan untuk memenuhi spesifikasi yang ditentukan.

Beberapa pandangan kualitas dari sudut pandang konsumen diantaranya kenyamanan, mudah diperbaiki, memiliki ketahanan, adanya tampilan unik, dan kecocokan terhadap keputusan pembelian. Kemudian sudut pandang menurut produsen terhadap kualitas yaitu kualitas kesesuaian dengan meninjau faktor desain proses produksi, material-material kelengkapan, pelatihan, supervisi, kontrol. Jika semua sudut pandang di atas tidak terpenuhi maka biaya kualitas akan semakin tinggi. Kualitas (*quality*) dapat diartikan berbeda antara satu orang dan orang lain. Biasanya kualitas dapat dilihat dari dua faktor utama berikut ini.

1. Memuaskan harapan konsumen yang berkaitan dengan atribut-atribut harapan konsumen.
2. Memastikan seberapa baik produk dapat memenuhi aspek-aspek teknis dari desain produk tersebut, kesesuaian kinerja dengan standar yang diharapkan, dan kesesuaian dengan standar pembuatannya.

D. Pendekatan Kualitas

Jika ada produk berkualitas maka lawannya adalah produk tidak berkualitas atau produk cacat (*Defective Product*). Produk cacat berarti produk yang tidak memenuhi spesifikasi. Pendekatan strategis yang digunakan untuk dapat memenuhi

¹ Hansen dan Mowen, *Akuntansi Manajemen* Jilid 1. (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009), 5.

spesifikasi dapat dipilih satu dari dua pendekatan, yaitu pendekatan tradisional atau dikenal sebagai pendekatan nilai target (*Target Value*) dan pendekatan kontemporer yang disebut pendekatan kualitas optimal (*Robust Quality*).

E. Pendekatan Nilai Target

Dalam pendekatan ini, kesesuaian kualitas diartikan sebagai suatu rentang nilai untuk setiap spesifikasi atau karakteristik kualitas. Sebuah nilai target dengan batasan nilai tertinggi dan terendah ditentukan sebagai rentang variasi produk yang dapat diterima. Nilai Target adalah semua unit yang berada dalam nilai rentang tersebut dikategorikan sebagai produk yang tidak cacat atau berkualitas.

F. Biaya Kualitas

Biaya kualitas (*Quality Cost*) adalah sejumlah biaya diperuntukkan terhadap sejenis usaha sebagai pelayanan dan perbaikan supaya kualitas produk menuju status standar. Selain itu, kualitas biaya pun berasal dari sumberdaya sehingga dengan ini konsumen dapat menikmati barang untuk dikuasai. Berbicara mengenai kualitas, sudah barang tentu yakni suatu barang yang memiliki keunggulan karakteristik produk.

Sebelum pemaparan lebih jauh, di dalam kualitas produk untuk kualitas biaya ada beberapa komponen senantiasa digunakan sebagaimana berikut:²

1. Keandalan adalah usia manfaat fingsi dari produk.
2. Kinerja adalah kestabilan posisi produk dalam hala bersaing dengan kompetitor
3. Mudah perawatan adalah meminimalisir tingkat kerusakan
4. Fitur adalah produk harus memiliki ciri-ciri yang membedakan dengan pesaing
5. Ketahanan/kekuatan adalah kualitas dari profit barang tersebut selama berfungsi dengan jangka pendek menuju jangka panjang.
6. Estetika adalah kecantikan, kenyamanan terhadap konsumen.
7. Kenyamanan adalah produk yang dikeluarkan menjadi titik nikmat seorang pembeli.
8. Kesesuaian adalah produk yang diluncurkan sudah melalui penyeleksian kelayakan barang untuk dijual.

² Hansen dan Mowen, *Akuntansi Manajemen* Jilid 2. (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1979), 668-669.

Perusahaan harus mengupayakan bagaimana barang yang mereka jual bisa diterima oleh konsumen sehingga biaya kualitas tetap terjaga dan melakukan toleransi terhadap dua aktivitas utama:³

- a. *Control Activities* yaitu suatu sikap pengendalian agar supaya barang yang diproduksi tidak rusak atau buruk maka, perusahaan juga memperhatikan aktivitas ini untuk menunjang keberlangsungan perusahaan
- b. *Failure Activities* adalah sebuah aktivitas dilakukan secara bijak mengenai keluhan barang yang dijual kepada pelanggan

Oleh karena itu, seorang manajer harus memiliki integritas kuat dalam mengambil keputusan untuk melakukan aktivitas utama tersebut agar biaya perusahaan tidak tinggi drastis.

Menurut Gasverz, biaya kualitas dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok, yaitu: *Prevention cost* (biaya pencegahan), *Appraisal cost* (biaya penilaian), *Internal failure cost* (biaya kegagalan internal), *External failure cost* (biaya kegagalan eksternal). Berikut penjelasan beberapa aktivitas biaya sudah barang tentu termasuk aktivitas yang menyebabkan empat unsur sebagaimana berikut:⁴

a) Biaya Penilaian

Biaya ini merupakan biaya untuk menguji, menganalisa penentuan bagi kesesuaian produk atau jasa dengan keinginan pelanggan contoh inspeksi dan pengujian bahan, biaya surveyor yang bertugas melakukan pengujian, pengukuran dan analisa. Berikut ini merupakan bagian dari biaya penilaian:⁵

- 1) Inspeksi dan pengujian kedatangan material
- 2) Inspeksi dan pengujian produk dalam proses
- 3) Inspeksi dan pengujian produk terakhir
- 4) Audit kualitas produk
- 5) Pemeliharaan akurasi peralatan pengujian
- 6) Evaluasi stok

b) Biaya Preventif

³ Ibrahim Ingg, *Akuntansi Manajemen: Implementasi Kasus Indonesia*, (Sleman: Penerbit Deepublish, 2017), 163.

⁴ Budi Harsanto, *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*, (Bandung: UNPAD Press, 2013), 85.

⁵ Gaspersz, Vincent, *Total Quality Management*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), 170.

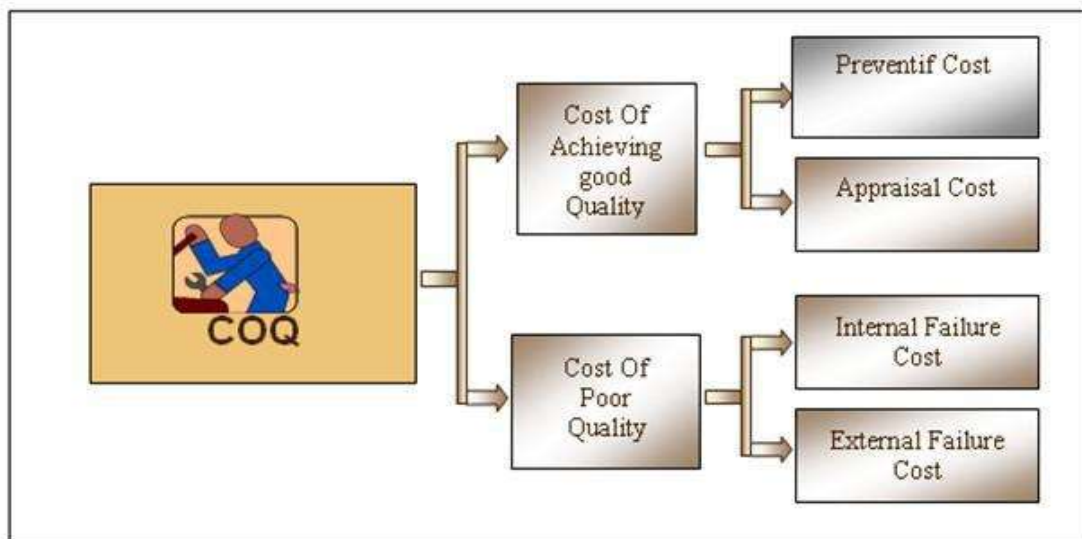
Suatu biaya yang digunakan untuk mencegah nilai buruk terhadap suatu produk seperti: perekayasaan kualitas, program pelatihan kualitas, perencanaan kualitas, pelaporan kualitas, pemilihan dan evaluasi pemasok, biaya manajemen menengah maupun tingkat operator.

c) Biaya Kegagalan Eksternal

Biaya ini merupakan cabang dari *failure activities* sehingga biaya yang dikeluarkan menyesuaikan terhadap kegagalan produk atau tidak memuaskan pelanggan. Contoh biaya penarikan produk, kerugian penjualan, return, garansi, ketidakpuasan pelanggan, hilangnya pangsa pasar, Penyelesaian keluhan: biaya-biaya yang dikeluarkan untuk penyelidikan dan penyelesaian keluhan yang berkaitan dengan produk cacat, *Allowances*: biaya-biaya yang berkaitan dengan konsesi pada pelanggan karena produk yang dibawah standar kualitas yang sedang dan lain sebagainya.

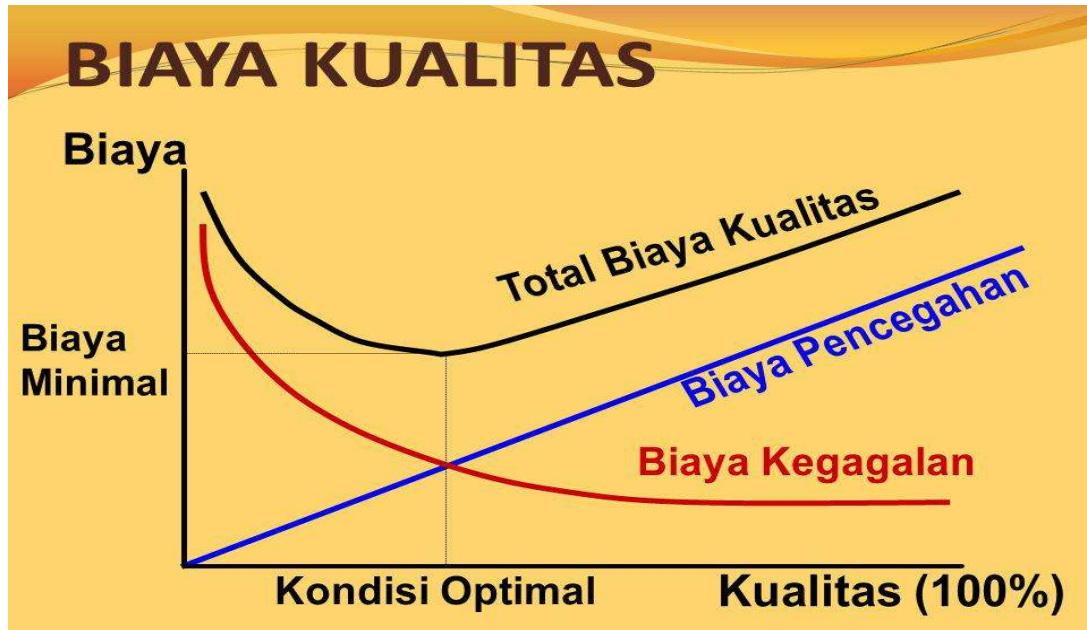
d) Biaya Kegagalan Internal

Untuk biaya ini kerap kali digunakan terhadap jasa atau produk yang masih tahap penyeleksian bersifat internal dalam perusahaan sebelum diujikan kepada pelanggan contoh bahan sisa, pengerjaan ulang dan perubahan desain. Sebagai contoh: kelebihan bobot produk yang diserahkan ke pelanggan karena variabilitas dalam peralatan pengukuran, dan lain-lain.



G. Pengukuran Biaya Kualitas

Komponen atau unsur untuk biaya kualitas ini menjadi prioritas utama dalam hal pengambilan keputusan seorang manajer perusahaan. Dengan demikian, manajer



perlu bagaimana mekanisme pengukuran biaya kualitas itu. Agar supaya mengetahui secara detail proses pengendalian biaya untuk berkembang perusahaan.

Dilihat dari segi akuntansi terdapat dua tipe kualitas biaya:

1. *Observable Quality Cost*

Biaya kualitas yang terdapat dalam catatan akuntansi dan dapat diperkirakan dengan mudah secara kuantitatif berapa besar biaya kualitas yang dihasilkan.

2. *Hidden Quality Cost*

Biaya kualitas yang sulit diperhitungkan secara kuantitatif karena sifatnya abstrak. Yang terdapat di dalam ini adalah semua *external failure cost* seperti kepuasan konsumen, dan kehilangan pangsa pasar.⁶

Tak lazim seperti perusahaan ternama seperti Pabrik motor Honda untuk menggunakan media pengukuran biaya kualitas. Biaya kualitas dapat dilihat dari catatan akuntansi industri (*Observable Cost*), akan tetapi ada beberapa penyelewengan persoalan biaya yakni adanya kualitas yang buruk atau terdapat *private* dalam catatan akuntansi. Berikut ini merupakan komponen pengestimasian biaya kualitas secara *private*;

⁶ Monika Kussetya Ciptani, *Pengukuran Biaya Kualitas: Suatu Paradigma Alternatif*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Vol. 1. No. 1, 1999, Universitas Kristen Petra.

1. Metode Penelitian Pasar

Metode ini melibatkan kegagalan keseluruhan hasil dari perkalian berbagai macam pembiayaan yang gagal. Contoh pada kasus pabrik Honda di atas melalui survei pelanggan sehingga mendapatkan bagaimana dampak produk kepada kerugian perusahaan, kondisi jual yang hilang, dan pengeluaran biaya untuk pengaduan pelanggan yang tak puas

2. Metode Multiplier

Dengan persamaan:

$Total\ External\ Failure\ Cost = k (Measured\ External\ Failure\ Cost)$ Metode ini bisa disebut dengan pengestimasi total *Failure Cost* pada multiplier dari jumlah *Failure Cost* sesuai dengan penghitungan akuntansi. Seperti persamaan itu akan menyebabkan efek pada multiplier k bernilai *Opportunity Cost* seumpama kehilangan pasar sebab produk kurang baik oleh karena itu nilai k tadi menimbulkan estimasi total terhadap *Failure Cost*

3. Metode Taguchi Loss Cost

Dalam metode ini memberikan asumsi kepada variasi dari target nilai dengan kualitas real guna untuk mengestimasi *External Failure Cost*.

Fungsi persamaan;

$$L(y) = k(y-T)^2$$

Penjelasan:

k = konstanta proporsionalitas pada struktur biaya

y = nilai aktual dari karakter kualitas

T = nilai target dari karakter kualitas

L = nilai kerugian kualitas

Cara penggunaan fungsi Taguchi dimana menghitung k dengan membagi estimasi biaya pada salah satu spesifikasi tertentu dengan kuadrat deviasi batas poin target.

4. Melaporkan Informasi Biaya Kualitas

Sebuah industri atau organisasi Bisnis seluruh dunia sudah barang tentu memerlukan sistem terkait pelaporan informasi biaya yang bermutu demi kepentingan sebuah perusahaan atau organisasi untuk meningkatkan dan mengontrol biaya kualitas.

Dalam perihal ini, alangkah paling pentingnya ketika menciptakan sistem untuk meniali biaya aktual kemudian dari itu ada dua kategori pokok; Pertama, pengungkapan besar biaya kualitas sehingga pihak manajer berasumsikan project keuangan saja. Kedua, melampirkan laporan biaya kualitas agar supaya manajer hanya menilai kepentingan bersifat relatif dari berbagai macam kategori.

5. Pengoptimalan Biaya Kualitas

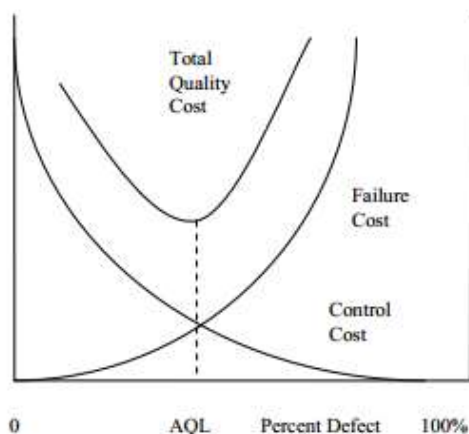
Dalam sebuah perusahaan atau organisasi manajer maupun pimpinan berperan penting dari segi tanggungjawab barang untuk dijadikan kualitas optimal. Mekanisme mengoptimalkan kualitas biaya ada dua;

Pertama, Kualitas bisa diterima (Acceptable Quality View)

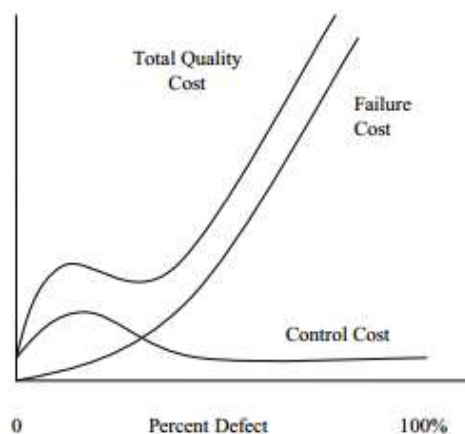
Merupakan adanya trade off di antara biaya gagal dan biaya pengendalian. Apabila pembiayaan pengendali meningkat maka biaya kegagalan akan menurun sehingga dari itu akan mencapai titi optimal peningkatan biaya pencegahan yang sudah tidak bisa mengurangi biaya kegagalan lebih signifikan.

Kedua, peminiman produk gagal (Zero Defect View)

Ialah untuk sebuah unit yang rusak diminimalisir sehingga menjadi Nol. Sudah barang tentu hal ini termasuk bagian dari kerugian yang tidak mencapai target produksi. Semakin tinggi kerugian dari kualitas produk maka semakin beda dengan target perusahaan.



Grafik 11.1. Biaya Kualitas AQL



Grafik 11.2. Biaya Kualitas Kontemporer

Dengan demikian perencanaan informasi ini menjadi baku, maka perlu menggunakan informasi biaya kualitas sehingga alangkah pentingnya seorang

manajer untuk langkah pertama manajer menentukan harga strategik dimana penilaian terhadap biaya kualitas membantu meningkatkan produk semakin menarik, mengurangi kerusakan pada barang tersebut. Langkah kedua perusahaan melalui pihak marketing melakukan analisa produk terbaru dimana pada langkah ini perusahaan bisa membuat keputusan terkait penurunan akibat merecall atau menarik produk yang gagal sebab ada beberapa kekeliruan dalam teknik.

6. Produktivitas

Menurut Herjanto bahwa produktivitas termasuk suatu kegiatan produksi sebagai perbandingan baiknya sumber daya yang diatur dan dimanfaatkan untuk mencapai output dengan input yang optimal. Sedangkan menurut **Daryanto (2012:41)**, Produktivitas adalah sebuah konsep yang menggambarkan hubungan antara hasil (jumlah barang dan atau jasa yang diproduksi) dengan sumber (jumlah tenaga kerja, modal, tanah, energi, dan sebagainya) untuk menghasilkan hasil tersebut.

Produktivitas mengandung konsep ekonomis, berkaitan dengan kegiatan individual atau kelompok guna menghasilkan produk atau jasa. Secara filosofis produktivitas adalah suatu mental yang senantiasa memiliki pandangan sesungguhnya hari ini lebih baik dari kemarin. Lalu dari segi ekonomis, produktivitas ialah pencapaian hasil besar ouputnya denga pengorbanan sserendah mungkin.

7. Elemen-elemen Produktivitas

Pertama, efektivitas; mengukur dalam ketepatan memilih cara untuk target tercapai output.

Kedua, efisiensi; mengukur dalam ketepatan melakukan sikap hemat, penggunaan orientasi input.

Ketiga, kualitas; sebuah pernyataan yang menanyakan sejauh mana persyaratan yang dipatuhi dalam spesifikasi atau daya tarik konsumen.

8. Pengukuran Produktivitas

a. Pengukuran Parsial⁷

Pengukuran ini untuk mnegetahui produktivitas dalam sati input pada suatu waktu.

⁷ Prima Fithri, Regina Yulianda Sari, *analisis pengukuran produktivitas perusahaan Al Sintan Cv. Cherry Sarana Agro*. Jurnal Optimasi Sistem Industri, Vol. 1, No. 1, 2015, Universitas Andalas.

b. Rasio Produktivitas=output/input

- 1) Pengukuran operasional= input dan output dalam satu kuantitas fisik.
- 2) Pengukuran keuangan= input dan output terdiri dari satuan nominal/uang.

c. Pengukuran Total

Pengukuran ini untuk mengetahui produktivitas pada keseluruhan dalam satu waktu.

- a) Pengukuran memakai profil input seperti tenaga kerja dan bahan baku dipisahkan dan dapat dibandingkan mulai waktu ke waktu
- b) Pengukuran berkaitan dengan laba seperti menghitung biaya input jika ada tambahan produktivitas, membandingkan biaya tersebut dengan biaya input aktual, perbedaan biaya termasuk perubahan laba dari produktivitas.

9. Kualitas Vs produktivitas

Berbicara mengenai siapakah yang lebih unggul diantara kualitas dan produktivitas. Ternyata mereka berdua saling memberikan pengaruh besar terhadap perusahaan atau organisasi terutama mengenai proses olahan bahan baku menjadi barang yang produktif. Jadi kedua kata ini tidak bisa menjadi lawan dalam prosedur-alur perusahaan, justru sudah barang tentu kualitas biaya dan produktivitas.

Berdasarkan pemahaman pada contoh masalah di depan, bahwasanya PT. Honda dan unit usaha motor lainnya mengalami kasus yang sama yakni recall. Recall terjadi apabila produk atau jasa yang diproduksi ada kesalahan atau gagal



teknik sehingga menyebabkan kualitas biaya semakin tinggi dan biaya produktivitas melambung tinggi. Jadi, biaya kualitas ini dinilai tidak setara jika nilai kualitas cacat pada barang tersebut.

Di atas ini termasuk gambaran ilustrasi tentang Kualiatas dan Produktivitas

H. Pembahasan

Perusahaan semakin waktu semakin memberikan terobosan produk terbaru mulai dari industri makanan, garment, bahkan perindustrian otomotif pun mengikuti perkembangan zaman dengan mendesain cantik tampilan dan kecepatannya. Seperti yang penulis contohkan sepeda motor model *bigbike* tipe *Honda Monkey* dimana pada permasalahan ini terjadi adanya kesalahan teknik pada rak bagasi mudah retak sehingga menyebabkan ledakan yang bahkan kecelakaan tunggal bagi para pengendaranya. Akhirnya tim pabrikan jepang itu, menarik dan meminta kesanggupan pelanggan untuk memperbaiki ulang dan di tarik oleh perusahaan untuk memastikan aman dikendarai.

Indikasi yang ada pada kasus ini, seorang manajer perusahaan Honda kurang memperhatikan keputusan produksi motor *bigbike* tersebut. Menurut pengamatan penulis, kasus ini masih minim dengan memperhitungkan penambilan keputusan soal pembiayaan. Yaitu biaya kualitas dan proses produksi sepeda motor Honda, ketika dibandingkan pada landasan teori. Disini perlu diperhatikan pernyataan kualitas, biaya, produktivitas dan biaya kualitas sebab beberapa perihal tersebut memiliki tinjauan aspek yang berbeda-beda.

Berikut ini tinjauan aspek berkaitan dengan biaya kualitas. Pertama, produk *Honda Monkey* masih kurang memperhatikan harapan kepuasan konsumen melalui kualitas yang rendah sehingga berakibat pada meningkatnya biaya produk. Sebernanya kepuasan konsumen bisa dibaca dengan beberpa dimensi diantaranya; performa;, sejauh mana produk itu memberikan konsistensi sebaik mungkin. Kedua, *Fitness of Use; Honda monkey* tersebut minim sekali kejujuran mempromosikan dalam fitur iklan yang baik namun desain aslinya berubah total atau cacat. Ketiga, estetika pada motor ini jauh dari harapan sekalipun dengan desain tampilan yang sempurna namun ada fitur yang harus dirubah dengan cepat dikhawatirkan akan

memberikan bencana kepada pelanggan selaras dengan kehilangan kualitas yang sesuai artinya cocok untuk masyarakat sekitar negara itu sendiri.

Walaupun demikian, tapi pabrikan Honda ini langsung menghubungi pelanggan, memberikan informasi terkait produk mereka. Mereka hoda, masih terikat dengan ukuran daya tanggap, jaminan dan empati sehingga mereka memasarkan produk msaih memikirkan kenyamanan dan kepuas beli konsumen. Oleh karena itu, ada rasa tanggungjawab dari pihak Honda menghimbau agar pelanggan *bigbike type monkey* mengembalikan produk ke pabrik dengan pilihan memperbaiki gagal produk itu.

Ketika Honda divonis mereka gagal produksi secara tidak langsung honda mengalami kualitas biaya yang tinggi tanpa disadari bahan baku tersebut cacat. Sejatinya perusahaan tersebut masih memperhatikan *Control Acivities* dan *Failure Cost* barang yang akan dijual-belikan. Di samping itu, sebenarnya perusahaan bisa mengendalikan biaya kegagalan eksternal, biaya kegagalan internal. Metode penelitian pasar pun dipakai oleh perusahaan ketika pra penarikan produk tidak memakan biaya perusahaan kembali cukup dengan metode *publising service* sepeda motor secara gratis.

Permasalahan ini memang kerap kali dijumpai di berbagai jenis instansi, perindustrian sebab ini juga menyangkut kebijakan seorang manajer mangambil keputusan sesuai dengan minat konsumen demi mempertahankan kemajuan perusahaan melawan pesaing terdekat yang mirip usahanya. Dilanjutkan dengan ketika menciptakan sistem untuk menilai biaya aktual kemudian dari itu ada dua kategori pokok; Pertama, pengungkapan besar biaya kualitas sehingga pihak manajer berasumsikan project keuangan saja. Kedua, melampirkan laporan biaya kualitas agar supaya manajer hanya menilai kepentingan bersifat relatif dari berbagai macam kategori baik dari mekanik perusahaan atau showroom dieler motor mereka.

Tidak hanya itu juga, kualitas biaya dan produk pun memiliki garis seimbang dengan produktivitas perusahaan dalam mencetak desain, merakit otomotif, meraip keuntungan dan mencatat secara akuntansi agar dalam pengambilan keputusan dalam produk dan biaya tidak berimbas kepada kerugian perusahaan, minimnya minat beli dari konsumen karena memiliki unsur kecacatan yang nyata

bukan hanya konsumen yang menghindar dari produknya namun perkembangan perusahaan pun menjadi tersendat bahkan sampai gulung tikar (pailit) hal demikian inilah yang tidak diharapkan bagi para pebisnis otomotif dan kalah bersaing dengan industri lainnya.

Hemat penulis, demi menjaga terjadinya permasalahan sepele ini yang berujung petaka bagi para pelanggan, penulis mngisyaratkan dalam tulisan ini agar supaya perusahaan lebih hati-hati dalam memproduksi barang, tidak asal rakit, berlomba-lomba dalam meraup keuntungan sebesar-besarnya.

I. Kesimpulan

Menurut pernyataan penulis, seharusnya dalam persoalan ini perusahaan Honda mampu mengembangkan dan mengendalikan secara ketat agar supaya tidak terjadi kualitas biaya yang tinggi serta berdampak kepada pelanggan. Perusahaan yang menjalankan, terutama dalam pengambilan keputusan perlu memerhatikan kebijakan produksi, sebab ketika produksi tidak stabil akan merusak komponen sumberdaya yang ada serta memperhitungkan pembiayaan pengeluaran jika ada kasus sedemikian ini.

Dengan demikian, kasus pada pabrikan Honda di Amerika serikat mendapatkan jawaban yang tepat, sehingga perusahaan seharusnya lebih berhati hati menentukan kebijakan yang mengarah kepada Kualiatas biaya dan produktivitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ciptani, M.K., *Pengukuran Biaya Kualitas : Suatu Paradigma Alternatif*, (Surabaya: Universitas Krinten Petra), 1999.
- Gaspersz, V, *Total Quality Management*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 2005.
- Harsanto, B. *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*, (Bandung: UNPAD Press), 2013.
- Ingga, I. *Akuntansi Manajemen: Implementasi Kasus Indonesia*, (Sleman: Penerbit Deepulish), 2017.
- Mowen, H. d. *Akuntansi Manajemen Jilid 1*, (Jakarta: Penerbit Erlangga) 2009.
- Mowen, H. d. *Akuntansi Manajemen Jilid 2*, (Jakarta: Penerbit Erlangga), 2009.
- Prima Fitri, R.Y. *Analisis Pengukuran Produktivitas Perusahaan, Jurnal Optimasi Sistem Industri, vol. 1, No. 1*, (Padang: Universitas Andalas), 2015.