

AKUNTANSI BIAYA

Konsep Dasar dan Manajemen

Abel Tasman | Achmad Bahauddin | Ahalik | Andrarani
Dewi Sri | Dirvi Surya Abbas | Farida Styaningrum
Hestin Agus Tantriningsih | Khairiah | Megawati
Nurul Aziza | Olivia The | Reny Sumarni | Sanusi Ariyanto
Wehdawati | Weli | Yuli Agustina
Yuni Pristiwati Noer Widianingsih | Yusvita Nena Arinta

Editor : GCAINDO



GCAINDO
inspiring and empowering

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xii
Profil Penulis	xiii
1 Peran, tujuan dan ruang lingkup akuntansi biaya	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Informasi operasi	4
1.3 Akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan	6
1.4 Informasi akuntansi dan fungsi manajemen	8
1.5 Konsep biaya	8
1.6 Klasifikasi menurut perilaku biaya	9
1.7 Klasifikasi untuk pembebanan pada objek biaya.....	11
1.8 Klasifikasi biaya untuk pengambilan keputusan	12
1.9 Biaya dan pengeluaran kas	13
2 Konsep dan klasifikasi biaya dalam laporan keuangan	15
2.1 Pendahuluan.....	15
2.2 Konsep biaya	18
2.3 Manfaat informasi biaya.....	19
2.4 Pengukuran dan pengakuan biaya	20
2.5 Klasifikasi biaya	23
3 Komponen utama biaya produksi dalam usaha bisnis.....	31
3.1 Pendahuluan.....	31
3.2 Biaya bahan baku.....	32
3.2.1 <i>Definisi biaya bahan baku</i>	32
3.2.2 <i>Pembelian bahan baku</i>	33
3.2.3 <i>Harga pokok pembelian bahan baku</i>	36
3.3 Biaya tenaga kerja langsung.....	37
3.3.1 <i>Definisi biaya tenaga kerja langsung</i>	37
3.3.2 <i>Penghitungan biaya tenaga kerja langsung</i>	38
3.4 Biaya overhead pabrik	39
3.4.1 <i>Definisi biaya overhead pabrik</i>	40

	3.4.2	<i>Penggolongan biaya overhead pabrik</i>	40
	3.4.3	<i>Penentuan tarif biaya overhead pabrik</i>	41
4		Analisis konsep dan perilaku biaya	43
	4.1	Pendahuluan	43
	4.2	Perilaku biaya	45
	4.2.1	<i>Biaya variabel (variable cost)</i>	45
	4.2.2	<i>Biaya tetap (fixed cost)</i>	46
	4.2.3	<i>Biaya semivariabel (semivariabel cost)</i>	47
	4.2.4	<i>Pemisahan biaya tetap dan variabel</i>	47
	4.2.5	<i>Metode biaya berjaga (standby cost method)</i>	48
	4.2.6	<i>Metode titik tertinggi dan terendah (high and low point method)</i>	48
	4.2.7	<i>Metode biaya berjaga (standby cost method)</i>	50
	4.2.8	<i>Metode titik tertinggi dan terendah (high and low point method)</i>	50
	4.2.9	<i>Metode diagram pencar (scattergraph atau visual fit method)</i>	51
	4.2.10	<i>Metode kuadrat terkecil (least squares method)</i>	52
	4.3	Perilaku biaya berdasarkan dua pendekatan	53
	4.3.1	<i>Perilaku biaya berbasis volume/fungsi</i>	53
	4.3.2	<i>Perilaku biaya berbasis aktivitas</i>	54
	4.4	Dampak otomasi operasional terhadap perilaku biaya	54
5		Konsep produk bersama dan sampingan dalam penentuan laba	57
	5.1	Pendahuluan	57
	5.2	Produk bersama	57
	5.2.1	<i>Definisi produk bersama</i>	57
	5.2.2	<i>Karakteristik produk bersama</i>	58
	5.2.3	<i>Contoh produk bersama/produk utama</i>	59
	5.2.4	<i>Alokasi biaya dan metode perhitungan produk bersama</i>	59
	5.2.5	<i>Pentingnya alokasi biaya</i>	59
	5.2.6	<i>Metode alokasi biaya</i>	60
	5.2.6.1	<i>Metode harga pasar (metode nilai jual hipotesis)</i>	60

	5.2.6.2 Metode unit fisik	63
	5.2.6.3 Metode rata-rata per unit.....	65
	5.2.6.4 Metode rata-rata tertimbang.....	66
	5.3 Produk sampingan	68
	5.3.1 Definisi produk sampingan.....	68
	5.3.2 Karakteristik produk sampingan	68
	5.3.3 Contoh produk sampingan.....	68
	5.3.4 Metode perhitungan produk sampingan	69
6	Sistim akuntansi biaya atas bahan baku.....	73
6.1	Pendahuluan.....	73
6.2	Pengertian bahan baku dan biaya bahan baku	74
6.3	Jenis-jenis bahan baku	75
6.4	Sistem pembelian baku.....	76
6.5	Unsur biaya yang diperhitungkan dalam harga pokok bahan baku yang dibeli.....	77
	6.5.1 Biaya yang diperhitungkan dalam harga pokok bahan baku yang dibeli.....	77
	6.5.2 Biaya unit organisasi yang terkait dalam perolehan bahan baku.....	78
6.6	Penentuan harga pokok bahan baku dalam proses produksi..	78
	6.6.1 Metode pencatatan bahan baku.....	78
	6.6.2 Metode penilaian bahan baku.....	79
6.7	Masalah khusus yang berhubungan dengan bahan baku	86
	6.7.1 Sisa bahan (<i>scrap materials</i>)	86
	6.7.2 Produk rusak (<i>spoiled goods</i>)	87
	6.7.3 Produk cacat (<i>defective goods</i>).....	89
7	Sistim akuntansi biaya atas tenaga kerja.....	91
7.1	Pengertian dan penggolongan biaya tenaga kerja.....	91
7.2	Akuntansi biaya tenaga kerja.....	93
7.3	Pencatatan jurnal untuk biaya tenaga kerja.....	94
	7.3.1 Mencatat kewajiban penggajian.....	94
	7.3.2 Mencatat pendistribusian beban gaji	95
7.4	Premi lembur	97
7.5	Biaya-biaya yang berhubungan dengan tenaga kerja (<i>labour related costs</i>).....	97

8	Sisti	8.1
		8.2
		8.3
		8.4
		8.5
		8.6
9	Kor	9.1
		9.2
		9.3
10	Sist	10.
		10.
		10.
		10.
		10.
		10.
		10.
11	Me	11
		11
		11
		11
		11
		11
12	M	12
		12
		12

.....	63		
.....	65		
.....	66		
.....	68		
.....	68		
.....	68		
.....	68		
.....	69		
.....	73		
.....	73		
.....	74		
.....	75		
.....	76		
k bahan	77		
kok bahan	77		
erolehan	78		
roduksi..	78		
.....	79		
aku	86		
.....	86		
.....	87		
.....	89		
.....	91		
.....	91		
.....	93		
.....	94		
.....	94		
.....	95		
.....	97		
a (labour	97		
.....	97		
		8	Sistim akuntansi biaya atas <i>overhead</i> pabrik
		8.1	Pendahuluan
		8.2	Pengertian biaya <i>overhead</i> pabrik
		8.3	Klasifikasi biaya <i>overhead</i> pabrik
		8.4	Perhitungan tarif biaya <i>overhead</i> pabrik.....
		8.5	Ayat jurnal biaya <i>overhead</i> pabrik
		8.6	Analisis selisih.....
		9	Konsep dan analisis biaya berdasarkan aktivitas.....
		9.1	Pendahuluan
		9.2	Contoh kasus
		9.3	Tingkatan pembebanan biaya
		10	Sistim perhitungan biaya berdasarkan proses.....
		10.1	Pendahuluan
		10.2	Ilustrasi perhitungan biaya berdasarkan proses
		10.3	Metode rata-rata.....
		10.4	Laporan biaya produksi departemen kedua metode rata-rata
		10.5	Metode masuk pertama keluar pertama (FIFO).....
		10.6	Laporan biaya produksi departemen kedua metode FIFO... ..
		11	Manajemen biaya mutu dan mutu total dalam perusahaan
		11.1	Pendahuluan
		11.2	Definisi mutu.....
		11.3	Dimensi mutu
		11.4	Faktor-faktor fundamental yang mempengaruhi mutu
		11.5	Konsep dan definisi biaya mutu
		11.6	Pelaporan biaya mutu
		12	Manajemen persediaan dan pengelolaan mutu produk.....
		12.1	Pendahuluan
		12.2	Peran manajemen persediaan dalam mengawal mutu produk
		12.3	Manajemen persediaan dan pengelolaan mutu produk dalam
			masa pandemi COVID-19

13 Analisis <i>cost volume profit</i> sebagai alat perencanaan laba	161
13.1 Pendahuluan.....	161
13.2 Analisis <i>cost-volume-profit</i>	162
13.3 Asumsi-asumsi dalam analisis <i>cost-volume-profit</i>	162
13.4 Grafik <i>cost-volume-profit</i>	163
13.5 Analisis <i>break-even point</i>	163
13.6 Penentuan <i>break-even point</i>	164
13.7 Grafik <i>break-even point</i> dan struktur biaya.....	164
13.8 Pengaruh perubahan variabel-variabel dalam analisis <i>cost-volume-profit</i> terhadap tingkat laba yang direncanakan	164
13.9 <i>Margin of safety</i>	165
13.10 <i>Contribution margin</i>	165
13.11 <i>Contribution margin ratio</i>	166
13.12 Konsep <i>contribution margin</i>	166
13.13 Titik impas dalam unit.....	167
13.14 Penggunaan laba operasi dalam analisis <i>cost volume profit</i>	167
13.15 Jalan pintas untuk menghitung unit impas.....	169
13.16 Penjualan dalam unit yang diperlukan untuk mencapai target laba	170
13.17 Titik impas dalam dolar penjualan	174
13.18 Target laba dan pendapatan penjualan.....	177
13.19 Membandingkan kedua pendekatan	178
13.20 Analisis multiproduk	178
13.21 Titik impas dalam unit.....	179
13.22 Analisis biaya-volume-laba (<i>cost-volume-profit analysis</i>)..	180
13.23 Titik impas dalam unit.....	181
14 Analisis <i>customer profitability</i> dalam perencanaan laba.....	183
14.1 Pendahuluan.....	183
14.2 Analisis profitabilitas pelanggan	184
14.3 <i>Potential customer profitability analysis</i>	185
14.4 Pengukuran <i>customer profitability</i>	187
14.4.1 <i>Komponen pengukuran profitabilitas</i>	187
14.4.2 <i>Alokasi biaya variabel</i>	190
14.5 <i>Structural profitability model</i>	190
14.5.1 <i>Pendekatan nilai standar customer lifetime</i>	190
14.5.2 <i>Model profitabilitas historis</i>	191

	14.6
	14.7
15 Depa	biaya
	15.1
	15.2
	15.3
	15.4
	15.5
	15.6
	15.7
	15.8
16 Kon	inve
	16.1
	16.2
	16.3
17 Kon	17.1
	17.2
	17.3

..... 161	14.6 Tahapan implementasi <i>customer profitability analysis</i>	192
..... 161	14.7 Keterbatasan <i>customer profitability analysis</i>	194
..... 162	15 Departementalisasi biaya overhead pabrik dalam pengendalian	
..... 162	biaya	195
..... 163	15.1 Pendahuluan	195
..... 163	15.2 Pengertian dan manfaat departementalisasi biaya overhead	
..... 164	pabrik.....	195
..... 164	15.3 Penggolongan biaya overhead pabrik.....	196
..... 164	15.4 Langkah-langkah penentuan tarif biaya overhead pabrik....	198
..... 164	15.5 Dasar pembebanan biaya overhead pabrik.....	200
..... 165	15.6 Proses penentuan tarif biaya overhead pabrik.....	201
..... 165	15.7 Distribusi biaya overhead pabrik.....	202
..... 166	15.8 Alokasi biaya overhead pabrik.....	203
..... 166	15.8.1 Metode langsung (<i>direct method</i>).....	204
..... 167	15.8.2 Metode bertahap (<i>step method</i>).....	205
..... 167	15.8.3 Metode aljabar	207
..... 169	16 Konsep weighted average cost of capital dalam penganggaran	
..... 169	investasi	211
..... 170	16.1 Pendahuluan	211
..... 174	16.2 Biaya modal.....	212
..... 177	16.3 Biaya modal rata-rata tertimbang ($WACC/k_0$)	212
..... 178	16.3.1 Menghitung biaya modal secara individual	213
..... 178	16.3.2 Menghitung biaya modal secara keseluruhan	
..... 179	($WACC=k_0$).....	222
..... 180	17 Konsep pengambilan keputusan investasi barang dan modal	227
..... 181	17.1 Pendahuluan	227
..... 183	17.2 Arus kas.....	229
..... 183	17.3 Metode penilaian investasi	231
..... 184	17.3.1 <i>Payback period</i>	231
..... 185	17.3.2 <i>Discounted payback period</i>	233
..... 187	17.3.3 <i>Net present value</i>	233
..... 187	17.3.4 <i>Profitability index</i>	235
..... 190	17.3.5 <i>Internal rate of return (IRR)</i>	236
..... 190		
..... 190		
..... 191		

Manajemen Persediaan dan Pengelolaan Mutu Produk

Dr. Khairiah, M.Pd.

Bekerja adalah Ibadah. Prestasi adalah Dakwah.

— Khairiah

12.1 Pendahuluan

Mutu merupakan produk prestasi kerja sesuai standar dan harapan konsumen. Goetsch dan Davis (2017), mutu sebagai pemenuhan kebutuhan pelanggan setiap saat. Meskipun dalam kondisi darurat seperti COVID-19, dituntut memberikan produk jasa secara konsisten, memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Departemen Pertahanan Amerika Serikat menyebutkan mutu sebagai pekerjaan yang benar secara tepat, selalu mengusahakan perbaikan dan memuaskan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dari produk layanan kinerja, dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pembagian *job description*, menguraikan secara jelas tentang fungsi, tugas-tugas, tanggung jawab, wewenang dan kondisi kerja yang harus dikerjakan oleh seseorang. *Job description* dijadikan tujuan atau target kinerja bagi seseorang dalam pekerjaan serta dijadikan kriteria dalam mengukur mutu produk layanan kinerja seseorang. Menurut Hasibuan (2003), produk kinerja merupakan rasio antara hasil kegiatan (*output*) dan segala pengorbanan atau biaya untuk mewujudkan hasil tersebut (*input*). Menurut George J. Washin, produktivitas

mengandung dua konsep utama, yaitu efektivitas dan efisiensi. Efisiensi mengukur tingkat sumber daya baik manusia, keuangan, maupun alam yang dibutuhkan untuk memenuhi tingkat pelayanan yang dikehendaki, efektivitas mengukur hasil mutu produk yang dicapai.

Tolak ukur mutu produk layanan kinerja menurut Syam (2014), pengakuan regional, nasional dan internasional tentang layanan berbasis kepuasan pelanggan adalah program layanan berbasis web. *Webometrics* pada publikasi ilmiah adalah program layanan berbasis web. Menurut Khairiah dan Sirajuddin (2018), komponen tolok ukur mutu produk selain pengakuan regional, nasional dan internasional adalah mutu akademik pendidikan, mutu reputasi di bidang penelitian dan mutu sumber daya manusia (SDM) dalam pengembangan industri *in come* organisasi.

Penyelenggaraan mutu produk, pemerintah menyediakan sistem penjaminan mutu, dalam penetapan, pelaksanaan, evaluasi, pengendalian dan peningkatan standar nasional dan internasional yang berorientasi visi, misi dan tujuan. Motor pengendali mutu produk adalah manajemen. Manajemen dapat melakukan identifikasi perubahan mendasar yang diakibatkan oleh faktor kerja, visi, misi, sistem dan tanggung jawab dengan cara mempelajari proses yang ada dan menganalisis perbaikannya. Pengendalian mutu sebagai suatu sistem efektif dapat menghasilkan produk dengan nilai kepuasan maksimal melalui serangkaian kegiatan pengendalian perancangan, penyediaan dan pengelolaan bahan, produk dan pengendalian. Untuk memberikan mutu produk maka harus didukung oleh berbagai faktor pengendalian secara terpadu, seperti Khairiah (2016), fungsi manajemen yang berorientasi kepada mutu produk, dengan manajemen efektif pada fungsi *planning, organizing, actuating* dan *controlling*.

Fakta saat ini, manajemen persediaan dan pengelolaan mutu produk menunjukkan kondisi kurang baik. Mutu produk aspek SDM Indonesia saat ini ditunjukkan mutu produk kinerja rendah dalam produksi penelitian dan publikasi dibanding dengan negara lain berkisar 0,012%. Khairiah

(2019) masalah S juga terbersit dal rank 2014/2015 231 dari 800 un untuk publikasi i *Webometrics* IA 19). Menurut T reformasi dalam menunjukkan ke bukan hanya te kebudayaan, nar termasuk IAIN B

Dengan m produk yang ber membuat suatu p diterimanya hasil dipublikasikan, terakreditasi inte dalam Syam (2 penilaian rating L yang diproduksi

12.2 Peran m *webomet*

Mutu kinerja me Juran (1993), m (*fitness for use*) Dukungan penuh Bengkulu memili MBPs.

(2019) masalah SDM pada manajemen mutu kinerja. Mutu produk rendah juga terbersit dalam riset Quacquarelli Symonds (QS) di World University rank 2014/2015 pada penilaian mutu Universitas, Indonesia pada posisi 231 dari 800 universitas dunia. Manajemen persediaan jaringan internet, untuk publikasi ilmiah, kebutuhan menaikkan afiliasi peningkatan ranking *Webometrics* IAIN Bengkulu, wabah virus corona (SARS-CoV2/COVID-19). Menurut Tjiptono (2003) masalah globalisasi mendesak untuk reformasi dalam kebutuhan kemampuan *equality*. Masalah ini menunjukkan kesenjangan antara harapan dan kenyataan. Kondisi ini bukan hanya terjadi pada lingkungan kementerian pendidikan dan kebudayaan, namun terjadi pula pada lingkungan kementerian agama termasuk IAIN Bengkulu.

Dengan melihat pola manajemen persediaan dan pengelolaan mutu produk yang beragam, maka produsen dalam hal ini IAIN Bengkulu, dapat membuat suatu perencanaan yang lebih baik untuk menentukan peluang, diterimanya hasil kinerja, seperti tulisan hasil penelitian para dosen mampu dipublikasikan, baik pada jurnal terakreditasi nasional maupun jurnal terakreditasi internasional terindeks scopus, sehingga peran manajemen dalam Syam (2014) mengawal program *webometrics* sebagai dasar penilaian rating IAIN Bengkulu pada layanan berbasis web, meningkat dan yang diproduksi tersebut dapat pengakuan konsumen dan internasional.

12.2 Peran manajemen persediaan dalam mengawal mutu produk *webometrics*

Mutu kinerja merupakan tingkat kesempurnaan produk kinerja. Menurut Juran (1993), mutu produk merupakan kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Dukungan penuh dari manajemen kampus dalam persediaan, saat ini IAIN Bengkulu memiliki jaringan internet dengan *bandwidth* berkapasitas 550 MBPs.

Pengelolaan persediaan *bandwidth* harus memperhitungkan jumlah pengguna spot tersebut dan mempertimbangkan besarnya penggunaan di suatu fakultas, lembaga, pusat dan unit atau bagian tersebut, supaya jaringan internet menjadi lancar. Manajemen pesediaan jaringan internet sangat strategis, vital dan andil penting dalam menumbuhkembangkan semangat publikasi ilmiah guna menaikkan afiliasi peningkatan ranking *Webometrics* IAIN Bengkulu.

Publikasi ilmiah diyakini dapat menyelesaikan kondisi persoalan mutu produk pada aspek SDM, yaitu SDM Indonesia ditunjukkan dengan mutu produk kinerja rendah dalam produksi penelitian dan publikasi dibanding dengan negara lain berkisar 0,012%. Mutu produk rendah juga terbersit dalam riset Quacquarelli Symonds (QS) di World University *rank* 2014/2015 pada penilaian mutu Universitas, Indonesia pada posisi 231 dari 800 universitas dunia. Masalah ini menunjukkan kesenjangan antara harapan dan kenyataan. Kondisi ini bukan hanya terjadi pada lingkungan Kementerian pendidikan dan kebudayaan, namun terjadi pula pada lingkungan Kementerian Agama termasuk IAIN Bengkulu.

Kebutuhan atau pola publikasi untuk mencapai pemeringkatan *webometrics* dapat dipengaruhi oleh faktor yang beragam. Seperti peran manajemen dalam persediaan dan pengelolaan produk program *webometrics* sebagai dasar penilaian rating IAIN Bengkulu pada layanan berbasis web. Posisi *webometric* IAIN Bengkulu berada pada peringkat nasional 558 dan peringkat dunia 15230. Manajemen persediaan mendukung penuh proses program *google Scholar index* pada tahun 2015 dalam program *Open Journal System* (OJS). Setiap tahun manajemen menyediakan dan merencanakan anggaran untuk penelitian, pengabdian dan publikasi ilmiah sebesar Rp 2.993,305,000,- tahun 2018 sebesar Rp 2.200.000.000,- guna pencapaian target peningkatan produk kinerja dalam bentuk publikasi ilmiah. Untuk menumbuhkan kesadaran civitas akademika dalam publikasi pada *website* terutama OJS. Feigenbaum (1986) publikasi merupakan upaya pemenuhan kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfication*), yaitu produk yang dihasilkan

seperti publikasi il
pola pendongkrak
meningkat, sehing
yaitu peringkat na

12.3 Manajemen masa par

Manajemen mutu
untuk memenuh
manajemen mutu
kesesuaian suatu
tertentu. Kebutu
oleh pelanggan a
untuk memenuh

Manajemen
wabah pandem
digitalisasi, sep
dipaksa beruba
dipaksa keada
memberlakukan
infrastruktur se
capaian kinerja
(SIKAD), bal
fleksibel. Term
hasil bekerja sa
efektif, efisien
minyak. Sister
Dalam upaya
Deming (198
konsumen. Jik
baik berupa ba

seperti publikasi ilmiah sesuai harapan. Publikasi dalam web adalah upaya pola pendongkrak mutu produk nilai visitasi web IAIN Bengkulu meningkat, sehingga *rating webometrics* pada posisi sekarang tahun 2020 yaitu peringkat nasional 184 dan 7867 peringkat dunia.

12.3 Manajemen persediaan dan pengelolaan mutu produk dalam masa pandemi COVID-19

Manajemen mutu produk layanan kinerja merupakan hasil layanan kinerja untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Gasperz (2011), manajemen mutu produk merupakan praktek standar untuk menjamin kesesuaian suatu proses dan produk terhadap kebutuhan atau persyaratan tertentu. Kebutuhan atau persyaratan itu ditentukan atau dispesifikasikan oleh pelanggan atau organisasi. Manajemen mutu dituntut secara konsisten untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan pasar.

Manajemen persediaan pada IAIN Bengkulu, dalam menghadapi wabah pandemi COVID-19. Tersedia aplikasi teknologi berbasis digitalisasi, seperti SICAKEP dan SIAKAD. Era WFH mau tidak mau dipaksa berubah, masuk perangkap (Revolusi Industri) RI 4.0, karena dipaksa keadaan (*by accident*). Lembaga pendidikan dipaksa memberlakukan pembelajaran daring, dipaksa menyiapkan aturan dan infrastruktur seperti aplikasi SICAKEP (Dosen dan tenaga administrasi) capaian kinerja. Mahasiswa dipaksa untuk siap belajar secara daring (SIAKAD), bahkan harus siap paket kuota internet. Belajar menjadi lebih fleksibel. Termasuk layanan kinerja birokrasi secara WFH. Hal tersebut hasil bekerja sama dengan *programmer* IT. Ternyata WFH lebih fleksibel, efektif, efisien dan cepat, dengan hemat kertas, listrik dan bahan bakar minyak. Sistem daring telah mengendalikan perilaku manusia bekerja. Dalam upaya pemenuhan kebutuhan pasar dan konsumen. Menurut Deming (1982), mutu ialah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Jika konsumen puas, maka konsumen akan setia kepada produk baik berupa barang maupun jasa. Tuntutan kepuasan kebutuhan pelanggan

atau pengguna terhadap sebuah produk setiap saat, meskipun dalam kondisi pandemi COVID-19.

Mutu produk yang bisa dilaksanakan selama pandemi COVID-19 adalah manajemen persediaan kinerja, dengan menyediakan aplikasi jaringan internet telekomunikasi dan mengembangkan aplikasi SICAKEP tersedia absensi kehadiran dan laporan capaian kinerja harian, mengembangkan *e-learning* pada aplikasi sistem informasi akademik (SIKAD), meliputi persediaan menu pengaturan pengguna, dosen pembimbing, biodata dosen, jadwal ajar dosen, bantuan dan perkuliahan yang meliputi rencana studi mahasiswa, pertemuan dan absensi, aktifitas perkuliahan, penilaian mahasiswa, bahan ujian dan sertifikat, cari buku ajar, absensi kehadiran pegawai harian, status ruangan, cari data mahasiswa dan pesan ruangan. Untuk memberikan layanan dari unit ke unit lainnya. Darsono (2011) Pengelolaan persediaan aplikasi tersebut dimanfaatkan, dicocokkan dari sebuah produk dengan menjalankan fungsinya sesuai kebutuhan.

Kebutuhan atau pola layanan kinerja seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti Anderesen (1994) tekad yang kuat untuk menerapkan berbagai aplikasi digitalisasi yang telah disediakan oleh manajemen, Carter menyebutkan tekad adalah modal utama bagi seseorang dalam bekerja. Artinya memiliki tekad dalam menghadapi setiap masalah, kesulitan, kendala, hambatan dan tantangan serta mencari solusi untuk mewujudkan produk kinerja yang diinginkan. Menurut Wibowo (2011), ukuran keberhasilan layanan kinerja seseorang terletak pada produktivitasnya. Jika produktivitasnya tinggi, maka bisa dikatakan berhasil. Jika lebih rendah dari standar, maka dinyatakan produktivitasnya kurang berhasil dalam bentuk mutu produk layanan kinerja selama WFH. Era WFH dituntut memberikan perhatian penuh pada mutu produk layanan kinerja, karena Gaspersz (2011) menyebutkan layanan kinerja berpengaruh signifikan terhadap mutu produk publikasi karya ilmiah dan berdampak terhadap peningkatan ranking *webometrics*.

Menurut Ha
pelanggan dalam d

- (1) Kinerja (*per*)
Kinerja ada
produk. Kin
kepastian at
tanggap ia
menyediaka
Kepastian
keramahan
kepercayaan
perhatian k
- (2) Estetika (*ae*)
Estetika ia
penampilan
yang berka
- (3) Kemudaha
Kemudaha
kemudaha
- (4) Keunikan
Keunikan
secara fun
- (5) Reliabilita
Relibilitas
fungsinya
- (6) Durabilita
Durabilita

Menurut Hansen dan Mowen (1997), mutu ialah kepuasan pelanggan dalam delapan dimensi, yaitu:

(1) Kinerja (*performance*)

Kinerja adalah tingkat konsistensi dan kebaikan fungsi-fungsi produk. Kinerja jasa terdiri dari daya tanggap (*responsiveness*), kepastian atau jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Daya tanggap ialah keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang konsisten dan bersifat segera. Kepastian atau jaminan berkaitan dengan pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan mereka membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Empati berarti pemberian perhatian kepada pelanggan.

(2) Estetika (*aesthetics*)

Estetika ialah penampilan wujud produk yaitu gaya, keindahan, penampilan fasilitas, peralatan, personalia, dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa.

(3) Kemudahan perawatan dan perbaikan (*serviceability*)

Kemudahan perawatan dan perbaikan berkaitan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk.

(4) Keunikan (*features*)

Keunikan (mutu desain) adalah karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk-produk sejenis.

(5) Reliabilitas (*reliability*)

Reliabilitas adalah probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsinya dalam jangka waktu tertentu.

(6) Durabilitas (*durability*)

Durabilitas ialah umur manfaat dari fungsi produk.

(7) Tingkat kesesuaian (*quality of conformance*)

Tingkat kesesuaian ialah ukuran mengenai apakah sebuah produk atau jasa memenuhi spesifikasinya.

(8) Pemanfaatan (*fitness for use*)

Pemanfaatan dicocokkan dari sebuah produk dengan menjalankan fungsinya sesuai kebutuhan.

Menurut Sunyoto (2012), keserasian kebutuhan antara seseorang dengan penyatupaduan SDM secara efektif, efisiensi dan kerja sama, sehingga diharapkan dapat meningkatkan produktivitas kerja pada suatu instansi.

Dengan melihat pola mutu produk di masa pandemi COVID-19 yang beragam, IAIN Bengkulu sebagai produsen dapat membuat suatu perencanaan yang lebih baik dalam menentukan peluang meningkatnya produktivitas publikasi ilmiah dan pada akhirnya, terjadi peningkatan peringkat *webometrics*, sebagai wadah pengakuan internasional berbasis web.

Analisis C

Sanus

Arti penting manusia b

13.1 Pendahlua

Dalam perusahaan r
sangat mempengaruhi
mengendalikan biaya
banyak *item* biaya. A
yang efektif dan inov
volume penjualan p
keseluruhan, yaitu n
tersebut, terdapat h
dan laba. Perusaha
tanpa mengurangi k

Salah satu an
perubahan tiga varia
volume-profit (CV
membantu manaje
pendapatan, dan l