

SKRIPSI

**PENGARUH BIAYA KUALITAS TERHADAP PENJUALAN PADA
PT. PERKEBUNAN NUSANTARA XIV (PERSERO)
PABRIK GULA TAKALAR**

SAHRI BULANG

105720494514



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2019

SKRIPSI

**PENGARUH BIAYA KUALITAS TERHADAP PENJUALAN PADA
PT. PERKEBUNAN NUSANTARA XIV (PERERO)
PABRIK GULA TAKALAR**

SAHRI BULANG

105720494514

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2019

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini
Kepada ayahanda dan ibunda tercinta,
Kakek dan nenek terkasih,
Saudara-saudara tersayang,
Serta teman-teman.

Yang dengan tulus dan ikhlas selalu berdo'a
Dan membantu baik material maupun moril
Demi keberhasilan penulis.

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

(Terjemahan Q.S. Al Insyirah: 6)

Kesuksesan itu ditentukan 99% kerja keras dan perjuangan

Dan 1% sentuhan keberuntungan.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : "Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada PT Perkebunan
Nusantara XIV (Persero) Pabrik Gula Takalar"
Nama Mahasiswa : Sahri Bulang
No Stambuk/NIM : 105720494514
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia
penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Makassar pada hari kamis tanggal 07 Februari 2019.

Makassar, 07 Februari 2019

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Dr. H. Ansyarif Khalid, SE, M.Si, Ak. ACC
NIDN: 0916096601

Pembimbing II,

Aulia, S.IP., M.Si.M
NIDN: 09223058802

Diketahui :

Dekan,

Fakultas Ekonomi & Bisnis

Unismuh Makassar



Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua,

Program Studi Manajemen

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

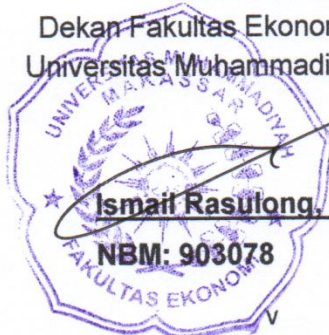
Skripsi atas Nama Sahri Bulang, Nim : 105720494514, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0001/SK-Y/61201/091004/2019 M, Tanggal 2 Jumadil Akhir 1440H/ 07 Februari 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 02 Jumada Al-Akhir 1440
07 Februari 2019

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM (.....) (Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (.....) (Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....) (WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Hj. Ruliaty, MM (.....)
2. Muh.Nur R, SE., MM (.....)
3. Samsul Rizal, SE., MM (.....)
4. Dr. Jam'an, SE., M.Si (.....)

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Ismail Rasulong, SE., MM

NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

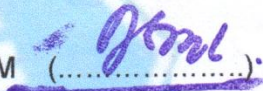
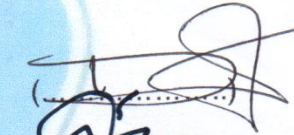
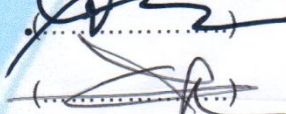


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

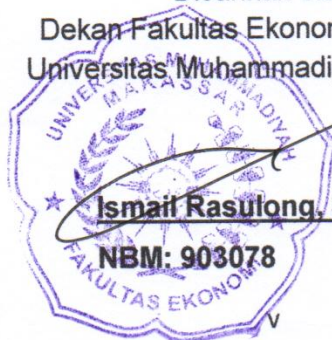
Skripsi atas Nama Sahri Bulang, Nim : 105720494514, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0001/SK-Y/61201/091004/2019 M, Tanggal 2 Jumadil Akhir 1440H/ 07 Februari 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 02 Jumada Al-Akhir 1440
07 Februari 2019

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM 
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM 
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM 
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Hj. Ruliaty, MM 
2. Muh.Nur R, SE., MM 
3. Samsul Rizal, SE., MM 
4. Dr. Jam'an, SE., M.Si 

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Ismail Rasulong, SE., MM

NBM: 903078

KATA PENGATAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayat yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasullulah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakalah penulisan skripsi yang “Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada Pabrik Gula Takalar”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis ayahanda Samad Dg Ngunjung dan Ibunda Hj. Nursiah yang senantiasa memenuhi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang tulus dan tanpa pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan didunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini telah akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu dukungan dan motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE.,MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Ismail Rasulong, SE.,MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh. Nur Rasyid, SE.,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. H. Ansyarif Khalid, SE.,M.Si, Ak. ACC, selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberikan arahan, kritik dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Aulia, S.IP.,M.Si.M, selaku Dosen Pembimbing II, yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberikan arahan, kritik dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Segenap pegawai PT. Perkebunan Nusantara XIV (Persero) Pabrik Gula Takalar yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Pabrik gula dan telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam mendapatkan data atau laporan biaya kualitas dan penjualan

8. Kedua orang tuaku, serta kakak dan adikku, yang selalu memberikan dukungan melalui doa, nasihat, perhatian, cinta yang tak terhingga sehingga memberikan semangat dan motivasi yang luar biasa kepada penulis untuk menjalani semuanya dengan baik.
9. Teman-teman kelas Manajemen 7 2014, terima kasih atas kebersamaan selama 4 Tahun perkuliahan ini.
10. Terimakasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khaerat, Wassalamu'alikum Wr.Wb

Makassar, Januari 2019

Penulis

ABSTRAK

SAHRI BULANG, Tahun 2018 Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada PT. Perkebunan Nusantara XIV (Persero) Pabrik Gula Takalar, Skripsi program study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Bapak Ansyarif Khalid dan Pembimbing II Bapak Aulia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui biaya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan analisis data Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai R square 0,832 hal ini berarti variasi kekuatan pengaruh variabel biaya kualitas sebesar 83,2% terhadap variabel penjualan. Dan hasil uji t diperoleh nilai sig 0,031 < 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel biaya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya biaya kualitas akan meningkatkan penjualan di pabrik gula takalar

Kata kunci : Biaya Kualitas, Penjualan

ABSTRACT

SAHRI BULANG, 2018 *The Effect Of Quality Cost On Sales At PT. Perkebunan Nusantara XIV (Holds) A Takalar Sugar Factory, A Thesis Faculty Of Economics And Business Faculty Of Muhammadiyah University Of Makassar. Guided By Supervisor Mr I. Ansyarif Khalid And Advisor II Mr. Aulia,*

This study aims to determine the cost of quality has a positive and significant effect on sales. the type of research used in this research is quantitative methods. In this study using simple linear regression data analysis using SPSS. The result of this study are based on the result of the coefficient of determination (R^2) obtained by R square value 0.832 this means that the variation in strength influences the variable cost of quality by 83,2% against the sales variable. And the result of the t-test obtained sig value $0.031 < 0.05$ which indicates that the quality cost variable has a positive and significant effect on the sales variable. This shows that the presence of quality cost will increase the sales of sugar refined factories.

Keywords : quality cost, sales

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Biaya	5
B. Kualitas.....	7
C. Biaya Kualitas	10
D. Manfaat Biaya Kualitas	12
E. Penjualan	14

F. Tinjauan Empiris	23
G. Kerangka Konsep.....	23
H. Hipotesis	26

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	27
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	27
C. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran.....	27
D. Populasi Dan Sampel	28
E. Tehnik Pengumpulan Data	28
F. Metode Analisis.....	29

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	31
1. Sejarah Perusahaan	31
2. Profit Perusahaan	32
3. Visi Dan Misi.....	33
4. Struktur Organisasi	34
5. Job Desripsi.....	36
B. Hasil Penelitian	44
1. Rincian Biaya Perusahaan.....	44
2. Biaya Kualitas Dan Penjualan	47
3. Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Pada Penjualan	50
C. Pembahasan	56

BAB V. PENUTUP

A. Simpulan	56
B. Saran.....	56

DAFTAR TABEL

Judul	halaman
Tabel 2.1 Tinjauan Empiris	23
Tabel 4.1 Laporan Biaya Kualitas	44
Tabel 4.2 laporan Penjualan	45
Tabel 4.3 Data Biaya Kualitas	47
Tabel 4.4 Data Penjualan	48
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinan	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis	54

DAFTAR GAMBAR

Judul	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konsep	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	34
Gambar 4.2 Grafik Penjualan	49
Gambar 4.3 Uji Normalitas.....	50
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian saat ini sangat berkembang pesat, seiring dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang semakin canggih. Sehingga persaingan semakin ketat antar perusahaan mendorong setiap perusahaan untuk menetapkan pengendalian terhadap kualitas produk. Manajemen perusahaan harus selalu mengadakan penyesuaian terus menerus mengikuti perkembangan untuk dapat memenangkan persaingan yang sangat ketat, begitu pula dengan dengan penjualan.

Penjualan merupakan salah satu indikator paling penting dalam sebuah perusahaan, karena penjualanlah yang dapat menghasilkan laba untuk sebuah perusahaan. Bila tingkat penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut besar, maka laba yang dihasilkan perusahaan itu pun akan besar pula sehingga perusahaan bertahan dalam persaingan bisnis dan dapat mengembangkan usahanya. Mereka harus dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, karena hal ini sangat diperlukan didalam menghadapi persaingan usaha untuk itu perusahaan harus dapat menciptakan produk yang berkualitas tinggi. Oleh sebab itu manajemen bertanggung jawab untuk menjaga, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar lebih mampu bersaing dipasaran.

Kualitas produk sudah semestinya menjadi prioritas yang utama dan penting dilakukan oleh perusahaan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan

PTP. NUSANTARA XIV (PERSERO) PABRIK GULA TAKALAR

Kabupaten Takalar penting untuk mempertahankan atau menjadikan kualitas sebagai alat strategi akan mempunyai keunggulan bersaing terhadap pesaingnya dalam menguasai pasar, karena tidak setiap perusahaan mampu menciptakan kualitas yang baik. Untuk memenangkan persaingan perusahaan dituntut produk dengan kualitas tinggi, harga wajar dan pengiriman tepat waktu. Untuk itu, perusahaan harus berusaha untuk meningkatkan kualitas produk tanpa adanya kenaikan biaya dan harga jual tetap kompetitif. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas produk atau mencapai standar kualitas yang telah ditetapkan disebut sebagai biaya kualitas. Biaya kualitas didefinisikan sebagai biaya-biaya yang timbul karena kualitas suatu produk rendah, yang memungkinkan terjadi atau yang sudah terjadi.

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan adalah adanya anggapan bahwa tingginya biaya kualitas yang dihasilkan akan meningkatkan penjualan. sebaliknya dengan turunnya biaya kualitas akan menurunkan penjualan. dalam jangka panjang produk yang tidak memenuhi kebutuhan konsumen akan segera ditinggalkan. Akibatnya penjualan akan menurun sehingga laba yang diperoleh perusahaan semakin kecil. untuk mengatasi masalah dalam dunia usaha ini kualitas telah menjadi bagian dari strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Tetapi dalam melaksanakan program peningkatan kualitas, perusahaan harus tetap memperhatikan efisiensi biaya, dimana perusahaan mampu menghasilkan produk yang berkualitas namun dengan harga jual yang tetap kompetitif. Dengan kualitas yang baik dan harga jual yang kompetitif maka penjualan akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan uraian diatas penulis memilih perusahaan PT. XIV NUSANTARA Takalar Kabupaten Takalar sebagai objek penelitian dengan mengangkat judul “ **Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada PTP. NUSANTARA XIV (PERSERO) PABRIK GULA TAKALAR Kabupaten Takalar.**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini ”Apakah Biaya Kualitas Berpengaruh Terhadap Penjualan Pada PT Perkebunan Nusantara XIV (Persero) Pabrik Gula Takalar”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini “Untuk Mengetahui Apakah Biaya Kualitas Berpengaruh Terhadap Penjualan Pada PT. Perkebunan Nusantara XIV Persero Pabrik Gula Takalar.

D. Manfaat Penelitian

Dalam pengerjaan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan sebuah manfaat, diantaranya;

- a. Bagi peneliti, Peneliti berharap penelitian ini sebagai penambah wawasan dan mengetahui lebih lanjut berkaitan dengan manajemen dalam dunia kerja.
- b. Bagi pembaca, yaitu dapat dijadikan sebagai acuan atau bahan perbandingan untuk melakukan penelitian yang relevan selanjutnya.
- c. Bagi perusahaan, penelitian ini sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam pengambilan strategi melakukan pengendalian kualitas untuk mengetahui biaya kualitas gula.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Biaya

Menurut (irfan ikhsan dalam bukunya akuntansi manajemen perusahaan jasa 2009). Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen (sumber non kas) kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau masa yang akan datang. Menurut (ir. kuswadi, MBA dalam bukunya analisis keekonomian proyek 2007). Biaya adalah semua pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa dari pihak ketiga. barang atau jasa dimaksud dapat dalam rangka untuk dijual kembali atau dalam rangka untuk menjual barang atau jasa yang diperdagangkan, baik yang berkaitan dengan maupun diluar usaha pokok perusahaan.

1. Fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu:

a. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku produk jadi yang siap untuk dijual. menurut obyek pengeluarannya biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut juga biaya utama. Sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik disebut pula biaya konversi yang merupakan biaya untuk mengkonversi bahan baku menjadi produk jadi.

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produksi

c. Biaya Administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produksi.

2. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua:

a. Biaya langsung

Biaya langsung (direct cost) adalah biaya yang langsung dapat dibebankan terhadap obyek atau produk, misalnya bahan langsung (bahan baku), upah pekerja yang langsung terlibat dalam proses produksi barang dipabrik, iklan dan sebagainya.

b. Biaya tidak langsung

Biaya tidak langsung (indirect cost) adalah biaya yang sulit atau tidak dapat dihubungkan dan dibebankan secara langsung dengan unit produksi

3. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan

Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat digolongkan menjadi:

a. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya berubah secara proporsional dengan perubahan kegiatan bersangkutan. biaya satuan tidak berubah dan tidak dipengaruhi oleh volume.

b. Biaya semi variabel

Biaya semi variabel biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

c. Biaya semi tetap

Biaya semi tetap merupakan biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang tidak berubah jumlahnya sekalipun volume berubah. Harga satuannya akan turun bila volumenya meningkat.

4. Jangka waktu manfaat

Atas jangka waktu manfaatnya dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Pengeluaran pendapatan (revenue expenditure)

Merupakan pengeluaran-pengeluaran yang dilakukan untuk memperoleh pendapatan.

b. Pengeluaran modal (capital expenditure)

Merupakan pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang berumur lebih lama seperti aktiva tetap.

B. Kualitas

Kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi marketing, engineering, manufacture, dan maintenance, dalam mana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan

dan harapan pelanggan (feigenbaum 1992:117). Kualitas adalah faktor kunci yang membawa keberhasilan bisnis, pertumbuhan dan peningkatan posisi bersaing.

Menurut kamaruddin ahmad dalam bukunya akuntansi manajemen edisi 1,(2000). Biaya dalam hubungannya dengan pengendalian terbagi menjadi dua antaranya:

1. Biaya yang terkendali (controllable cost)

Biaya yang pada tingkat manajemen tertentu atau yang secara langsung dapat dipengaruhi manajer tertentu. Umumnya biaya variabel dapat dikendalikan dan sebaliknya biaya tetap. Tetapi jika dikaitkan dengan cost center maka semua biaya yang biaya menjadi tanggung jawab center bersangkutan adalah terkendalikan.

2. Biaya yang tidak dapat dikendalikan (uncontrollable cost)

Biaya yang bukan tanggung jawab dan tidak dapat dipengaruhi pusat (center) tertentu.

Menurut Hansen dan Mowen (2005:5-6). Produk atau jasa yang berkualitas adalah yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam delapan dimensi berikut:

- a. Kinerja (performance), merupakan tingkat konsistensi dan kebaikan fungsi-fungsi produk.
- b. Estetika, berhubungan dengan penampilan produk serta jasa.
- c. Kemudahan perawatan dan perbaikan, berhubungan dengan tingkat kemudahan dan memperbaiki produk, Fitur merupakan karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk-produk sejenis.

- d. Keandalan, merupakan propabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi yang dimaksudkan dalam jangka waktu tertentu.
- e. Tahan lama, merupakan umur manfaat dari fungsi produk.
- f. Kualitas kesesuaian, merupakan ukuran mengenai apakah sebuah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasinya.
- g. Kecocokan penggunaan, merupakan kecocokan dari sebuah produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang diiklankan.

Menurut feigenbaum (2007:129), factor-faktor mendasar yang mempengaruhi kualitas adalah Sembilan bidang dasar yang sering disebut 9M, antara lain sebagai berikut:

- a. *Market* (pasar), pada masa sekarang mempunyai lebih luas ruang lingkupnya dan bahkan secara fungsional lebih terspesialisasi didalam barang dan jasa yang ditawarkan. Dengan bertambah banyaknya perusahaan, pasar menjadi bersifat internasional dan bahkan mendunia. Akibatnya setiap perusahaan harus saling bersaing meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.
- b. *Money* (uang), untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, perusahaan memerlukan adanya biaya. Biaya yang digunakan untuk usaha meningkatkan kualitas disebut biaya kualitas.
- c. *Management* (manajemen), manajemen yang berkualitas adalah manajemen yang mampu mengalokasikan tanggung jawab setiap manajer dibidangnya masing-masing secara tepat untuk mengoreksi penyimpangan dari standar kualitas yang telah ditentukan.
- d. *Men* (manusia), dengan adanya manusia yang mempunyai keahlian dibidangnya masing-masing, perusahaan akan merencanakan, menciptakan

dan mengoperasikan berbagai system yang akan menjamin suatu hasil yang diinginkan.

- e. *Motivation* (motivasi), pemberian motivasi yang baik kepada para pekerja maka para pekerja bekerja dengan benar sesuai dengan benar sesuai dengan yang diinginkan perusahaan, hal ini berakibat baik untuk peningkatan kualitas produksi perusahaan.
- f. *Material* (bahan), produk yang berkualitas akan diperlukan bahan yang berkualitas pula, maka dalam penyediaan bahan perlu diadakan pengujian yang lebih ketat.
- g. *Machines* (mesin) dan *mechanization* (mekanisasi), permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan dalam pasar yang bersaing ketat telah mendorong penggunaan perlengkapan pabrik beserta mekanisasinya.
- h. *Modern information methods* (metode informasi modern), informasi pada saat sekarang ini merupakan hal yang sangat penting, misalnya informasi tentang tanggapan para pelanggan atas produk yang dihasilkan, informasi tersebut harus segera diperoleh.
- i. *Mounting product requirements* (persyaratan proses produksi), kemajuan yang pesat didalam kerumitan perancangan, yang memerlukan kendali yang jauh lebih ketat pada seluruh proses produksi.

C. Biaya Kualitas

Menurut (L.M Samrin dalam bukunya akuntansi manajemen edisi pertama 2012:). Biaya-biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk. biaya ini pada umumnya berhubungan dengan penciptaan

kualitas, pengidentifikasian, perbaikan, dan pencegahan kerusakan. Biaya kualitas perlu dikelola demikian rupa untuk mencapai suatu tingkat kualitas agar produk yang dibuat atau jasa yang diserahkan sesuai dengan spesifikasi rancangan dan bebas dari cacat atau masalah yang akan mempengaruhi penampilan atau kinerja kualitas mencakup dua aspek

- 1) Pertama, bahwa kualitas merupakan ukuran efek pengendalian kualitas itu sendiri.
- 2) Kedua, laporan biaya kualitas menunjukkan pengaruh finansial dari kualitas.

1. Biaya kualitas dikategorikan kedalam empat jenis yaitu sebagai berikut:

a. Biaya pencegahan (*prevention cost*)

Merupakan biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya cacat pada produk atau jasa yang dihasilkan. Jika biaya pencegahan naik, diharapkan (*cost of failure*) turun. Dengan demikian, biaya pencegahan dikeluarkan untuk menurunkan jumlah produk yang tidak memenuhi syarat.

b. Biaya penilaian (*appraisal cost*)

Merupakan biaya yang terjadi untuk menentukan apakah produk atau jasa memenuhi syarat (standar) yang telah ditetapkan.

c. Biaya kegagalan internal (*internal failure cost*)

Merupakan biaya yang terjadi karena dideteksinya produk atau jasa yang tidak sempurna sebelum produk tersebut dikirimkan kepada pihak eksternal, Biaya ini timbul sebagai akibat gagalnya deteksi yang dilakukan oleh aktivitas *appraisal*.

d. Biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*)

Merupakan biaya yang terjadi karena produk atau jasa yang dihasilkan gagal memenuhi standar setelah produk tersebut sampai ketangan pembeli.

2. Kategori pandangan yang berkembang mengenai biaya kualitas sebagai berikut:

a. Kualitas yang semakin tinggi berarti semakin tinggi pula biayanya.

Seperti untuk tenaga kerja, bahan baku, dan sumber daya ekonomis lainnya.

b. Biaya peningkatan kualitas lebih rendah dari pada penghematan yang dihasilkan. Pandangan ini dikemukakan oleh deming. Penghematan dapat dihasilkan dari berkurangnya tingkat produk cacat, pemeriksaan ulang, dan biaya kerusakan.

c. Biaya kualitas merupakan biaya yang besarnya melebihi biaya yang terjadi bila produk dihasilkan secara benar sejak awal, meliputi tidak hanya biaya langsung, tetapi juga biaya akibat kehilangan pelanggan, atau bahkan kehilangan pangsa pasar, dan lain-lain.

D. Manfaat Biaya Kualitas

Penggunaan perhitungan biaya kualitas memiliki beberapa manfaat dalam upaya perbaikan atau peningkatan dari pengurangan biaya dan meningkatkan penghasilan penjualan. Beberapa manfaat yang mungkin dicapai adalah:

a. Mengurangi biaya kesalahan (*error*). Penghematan yang diharapkan tentunya harus berdasarkan rencana peningkatan yang spesifik. Dalam mengestimasi *present cost*, jangan membesarkan atau

mengelembungkan *present cost* dengan memasukkan perdebatan atau batasan-batasan.

- b. Mengurangi kemampuan proses, penghematan yang diharapkan datang dari pengurangan variabel karakteristik produk atau karakteristik proses dan proses yang hilang lainnya seperti pemilihan inspeksi, operasi berlebihan, mengambil informasi yang terlewatkan, dan berbagai kegiatan lainnya yang tidak bernilai tambah.
- c. Mengurangi ketidakpuasan konsumen. Indikator awal dari ketidaksukaan konsumen bisa dilihat dari respon pasar dengan memberikan pertanyaan kepada pasar, “ apakah anda mau membeli barang ini lagi?”. Jika hasil penelitian tersebut memeperlihatkan ketidakpuasan konsumen maka perlu dilakukan peningkatan untuk mengurangi ketidakpuasan bahkan ketidaksukaan konsumen.
- d. Peningkatan konsumen baru. Peningkatan barang atau jasa yang menarik konsumen akan meningkatkan penghasilan penjualan tetapi jumlah dan waktunya tergantung pada banyak tindakan internal dan kekuatan pasar eksternal. Karena biaya kualitas berkurang, sumber daya tambahan tersedia untuk membiayai barang atau jasa tanpa meningkatkan harga. Hasilnya bisa menjadi peningkatan dramatis dalam jumlah pangsa pasar.

E. Penjualan

Secara umum defenisi penjualan dapat diartikan sebagai sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen

sebagai sarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaannya, penjualan sendiri tak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja didalamnya seperti agen, pedagang dan pemasaran

Penjualan adalah usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, Karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

Menurut Winardi (2001:176) menyatakan bahwa penjualan adalah “ hasil yang dicapai sebagai imbalan jasa-jasa yang diselenggarakan yang dilakukannya perniagaan transaksi dunia usaha.”

Menurut komaruddin (1997) menyatakan bahwa penjualan adalah “kegiatan untuk menukarkan barang dan jasa khususnya dengan uang.”

Menurut Henry Simamora dalam bukunya Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis. Penjualan adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa.

Menurut Chairul Marom dalam bukunya Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang. Penjualan artinya penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur.

Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan untuk mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal), atau mempertahankan atau bahkan meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Dengan demikian tidak berarti bahwa barang dan jasa yang terjual selalu akan menghasilkan laba.

Menurut Swasta (2002:404) bahwa suksesnya penjualan akan dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1. Modal yang diperlukan
2. Kemampuan merencanakan
3. Kemampuan menentukan tingkat harga yang tepat
4. Kemampuan memilih penyalur yang tepat
5. Kemampuan menggunakan cara-cara promosi yang tepat
6. Unsur penunjang lainnya.

Perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan yaitu :

- a. Mencapai tujuan tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan.

1. Jenis dan Bentuk Penjualan

Ada beberapa jenis penjualan menurut Basu Swasta (2001: 11) yaitu:

a. Trade selling

Dapat terjadi bila mana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan

kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan pengadaan produk baru, jadi titik beratnya pada penjualan melalui penyalur dari pada penjualan ke pembeli akhir.

b. Missionary selling

Dalam missionary selling penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Dalam hal ini perusahaan yang bersangkutan memiliki penyalur sendiri dalam pendistribusian produknya.

c. Technical selling

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat pada pembeli akhir dari barang dan jasanya dengan menunjukkan bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.

d. New business selling

Berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini sering dipakai oleh perusahaan asuransi.

Bentuk-bentuk penjualan anatara lain:

a. Penjualan tunai. Penjualan yang bersifat cash dimana penjualan setelah terdapat kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, maka pemebeli menyaerahkan pembayaran secara kontan dan bias langsung dimiliki oleh pembeli.

b. Penjualan secara tender. Penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender

- c. Penjualan secara konsinyasi. Penjualan barang secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual. Apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan kepada penjual.
 - d. Penjualan secara grosir. Penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang perantara pabrik atau importeur dengan pedagang eceran.
2. Langkah-langkah Dalam Proses Penjualan

Langkah-langkah dalam proses penjualan meliputi:

- a. Memilih prospek dan menilai

Langka pertama dalam proses penjualan adalah memilih prospek (prospecting), yaitu mencari siapa yang dapat masuk sebagai pelanggan potensial. Tenaga penjual perlu mengetahui cara menilai prospek (qualify) artinya cara mengenali calon yang baik dan mengenali calon yang jelek. Prospek dapat dinilai dengan meneliti kemampuan keuangan, volume bisnis, kebutuhan special, lokasi dan kemungkinan untuk tumbuh.

- b. Prapendekatan

Sebelum mengunjungi seorang calon pembeli, tenaga penjual sebaiknya mempelajari sebanyak mungkin mengenai organisasi (apa yang dibutuhkan, siapa yang terlibat dalam pembelian) dan pembelinya (karakteristik dan gaya membeli). Langkah-langkah ini dikenal dengan istilah prapendekatan. Wiraniaga sebaiknya menetapkan tujuan kunjungan yang mungkin untuk menilai calon, mengumpulkan informasi, atau membuat penjualan langsung.

c. Pendekatan

Dalam langkah ini, wiraniaga sebaiknya mengetahui caranya bertemu dan menyapa pembeli serta menjalin hubungan menjadi awal yang baik. langkah ini mencakup penampilan wiraniaga, kata-kata pembukaan, dan tindak lanjutan.

d. Presentasi dan demonstrasi

Dalam langkah presentasi dari proses penjualan, tenaga penjual menceritakan riwayat produk kepada pembeli, menunjukkan bagaimana produk akan menghasilkan dan menghemat uang. Presentasi penjualan dapat diperbaiki dengan alat bantu demonstrasi, seperti buku kecil, pita video, dan sampel produk.

e. Mengatasi keberatan

Pelanggan hampir selalu mempunyai keberatan selama presentasi atau ketika diminta untuk memesan. Dalam mengatasi keberatan wiraniaga harus menggunakan pendekatan positif, menggali keberatan tersembunyi, meminta pembeli untuk menjelaskan keberatan, menggunakan keberatan sebagai peluang untuk memberikan informasi lebih banyak dan mengubah keberatan menjadi alasan untuk membeli.

f. Menutup

Menutup merupakan langkah dalam proses penjualan ketika wiraniaga meminta pelanggan untuk memesan. Tenaga penjual harus mengetahui cara mengenali tanda-tanda penutupan dari pembeli termasuk gerakan fisik, komentar dan pertanyaan.

g. Tindak lanjut

Merupakan langkah terakhir dalam proses penjualan ketika wiraniaga melakukan tindak lanjut setelah penjualan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan bisnis berulang.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Dalam praktek kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor. faktor-faktor tersebut diantaranya:

a. Kondisi dan kemampuan penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang atau jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu :

1. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
2. Harga produk
3. Syarat penjual seperti : pembayaran, penghantaran, pelayanan, garansi dan sebagainya.

b. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah :

1. Jenis pasarnya, apabila pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah, atau pasar internasional.
2. Kelompok pembeli

3. Daya beli
4. Frekuensi pembelinya
5. Keinginan dan kebutuhan.

c. Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha. Seperti, alat transport, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

d. kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli dibidang penjualan.

e. faktor lain

faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif

kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan penjualan antara lain :

1. kualitas barang

turunnya mutu barang dapat mempengaruhi pendapatan penjualan, jika barang yang tidak diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasakan kecewa sehingga mereka bisa berpaling kepada barang lain yang mutunya lebih baik.

2. Selera konsumen

Selera konsumen tidaklah tetap dan dia dapat berubah setiap saat, bilamana selera konsumen terhadap barang-barang yang kita perjualkan berubah maka pendapatan penjualan akan menurun.

3. Pelayanan terhadap pelanggan

Merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan terhadap usaha dimana tingkat persaingan semakin tajam. dengan adanya pelayanan yang baik terhadap para pelanggan sehingga dapat meningkatkan pendapatan penjualan.

4. Persaingan menurunkan harga jual

Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjualan dan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dari sebelumnya. Potongan harga tersebut

dapat diberikan kepada pihak tertentu dengan syarat-syarat tertentu.

F. Tinjauan Empiris

Tabel 2.1 Tinjauan Empiris

No	Nama dan Tahun peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
1	Rilla gantino 2013	Pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan pada PT. Guardian Pharmatama	Hasil uji koefisien determinasi (Kd) menunjukkan biaya kualitas memiliki kontribusi terhadap penjualan sebesar 95% sedangkan sisanya sebesar 5% dipengaruhi fakto-faktor lain selain biaya kualitas.
2	Ida nurhayati 2014	Pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan pada CV.ANUGERAH MEBEL	Bahwa biaya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan
3	Irfa arliany 2013	Pengaruh biaya kualitas terhadap tingkat penjualan (studi empiris pada PT. PINDAD (Persero)	Dengan menggunakan analisis koefisien deteminasi menunjukkan bahwa pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan adalah sebesar 80,9%

4	Febby satya 2014	Pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan CV GARUDA MAS	Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan biaya kualitas memiliki kontribusi terhadap penjualan sebesar 41.7% sedangkan sisanya sebesar 58,3% dipengaruhi oleh-pleh faktor-faktor lain.
5	Adni agista 2014	Pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014	Secara parsial biaya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu, maka penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya persamaan metode penelitian terdahulu dengan metode kuantitatif dan penelitian ini sama-sama bertujuan untuk mengetahui apakah biaya kualitas berpengaruh terhadap penjualan

G. Kerangka Konsep

Dalam penelitian ini yang akan dibahas adalah biaya kualitas terhadap penjualan

1. Menurut (L.M Samrin dalam bukunya akuntansi manajemen edisi pertama 2012:). Biaya-biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk. biaya ini pada umumnya berhubungan dengan penciptaan

kualitas, pengindentifikasian, perbaikan, dan pencegahan kerusakan. Biaya kualitas di kategorikan ke dalam 4 jenis, yaitu:

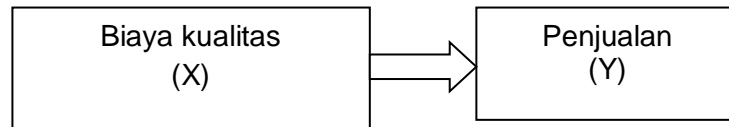
- a. Biaya pencegahan (*prevention cost*) adalah biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya cacat pada produk atau jasa yang dihasilkan .jika biaya pencegahan naik, diharapkan *cost of failure* turun. Dengan demikian, biaya pencegahan dikeluarkan untuk menurunkan jumlah produk yang tidak memenuhi syarat.
- b. Biaya penilaian (*appraisal cost*) adalah biaya yang terjadi untuk menentukan apakah produk atau jasa memenuhi syarat (standar) yang telah ditetapkan.
- c. Biaya kegagalan internal (*internal failure cost*) adalah biaya yang terjadi karena dideteksinya produk atau jasa yang tidak sempurna sebelum produk tersebut dikirimkan kepada pihak eksternal,. Biaya ini timbul sebagai akibat gagalnya deteksi yang dilakukan oleh aktivitas *appraisal*.
- d. Biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*) adalah biaya yang terjadi karena produk atau jasa yang dihasilkan gagal memenuhi setelah produk tersebut sampai ketngan pembeli

2. Penjualan

Merupakan tujuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Berkembang suatu perusahaan, tergantung dari keberhasilan perusahaan tersebut dalam menjual produknya kepada konsumen.

Berdasarkan uraian kerangka konsep diatas, maka digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konsep



H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti dan akan dibuktikan kebenarannya sebagai berikut “ Diduga Bahwa Biaya Kualitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Penjualan Pada PTPN. XIV (Persero) Pabrik Gula Takalar”.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, karna untuk menganalisis variabel biaya kualitas dan penjualan di PT Perkebunan Nusantara XIV Persero Pabrik Gula Takalar

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di PT. Perkebunan Nusantara XIV Persero Pabrik Gula Takalar yang terletak pada Kecamatan Polongbangkeng Utara Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan. Yang dilakukan 2 (dua) bulan

C. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran

1. Defenisi Operasional

- a. Biaya kualitas adalah Biaya-biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk. biaya ini pada umumnya berhubungan dengan penciptaan kualitas, pengindentifikasian, perbaikan, dan pencegahan kerusakan. Biaya kualitas perlu dikelolase demikian rupa untuk mencapai suatu tingkat kualitas agar produk yang dibuat atau jasa yang diserahkan sesuai dengan spesifikasi rancangan dan bebas dari cacat atau masalah yang akan mempengaruhi penampilan atau kinerja kualitas..

- b. Penjualan Merupakan tujuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Berkembang suatu perusahaan, tergantung dari keberhasilan perusahaan tersebut dalam menjual produknya kepada konsumen.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut sugiyono (2014:148), "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah laporan biaya dan laporan penjualan. Periode tahun 2013-2017

b. Sampel

Sampel adalah besaran karakteristik tertentu dari sebagian populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasi (narustusi:2007:127) dalam penelitian ini menggunakan laporan biaya dan laporan penjualan periode tahun 2013-2017.

E. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian pustaka (Library Research), yaitu penulis turut memanfaatkan sarana perpustakaan sebagai obyek penelitian. Dengan harapan penulis dapat memperoleh data-data yang bersifat teoritis lewat dokumen dan tulisan-tulisan ilmiah yang mempunyai kaitan atau hubungan yang menyangkut pokok dari pembahasan tersebut

2. Penelitian lapangan (Field Research), yaitu melaksanakan suatu penelitian dengan melalui peninjauan secara langsung kepada obyek penelitian yang telah ditetapkan.

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, digunakan teknik/metode, sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian dengan jalan membuat suatu konsep mengenai masalah yang berhubungan judul penelitian penulis

F. Metode Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear sederhana antara lain :

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiono,2014:147).

Analisis statistik deskriptif pada penelitian ini menjelaskan nilai minimum, maximum, rata-rata, dan standar deviasi dari setiap variabel yang di analisis.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2011), persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini.

Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b x$$

Keterangan :

Y = Penjualan

X = Biaya Kualitas

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum

1. Sejarah PT. Perkebunan Nusantara XIV (Persero) Pabrik Gula TAKALAR

31

Pabrik Gula Ta di Desa Pa'rappunganta, Kecamatan Polombangkeng Utara, Kabupaten Takalar, Propinsi Sulawesi Selatan. Pabrik Gula Takalar didirikan dalam rangka melaksanakan kebijaksanaan pemerintah untuk swasembada gula nasional berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pertanian R.I Nomor 668/Kpts/Org/8/1981 tanggal 11 Agustus 1981. Studi kelayakan disusun oleh PT. Agriconsult Internasional pada tahun 1975, dilanjutkan oleh PT. Tanindo pada tahun 1981 dengan menggunakan fasilitas kredit ekspor dari Taiwan.

Pelaksanaan pembangunan diserahkan pada Tashing Co. (Ptc) Ltd. Agency of Taiwan Machinery Manufacturing Co. (TMCC) sebagai Main Contractor dengan partner dalam negeri yakni PT. Sarang Teknik, PT Multi Mas Corp, PT. Barata Indonesia. Pembangunan Pabrik Gula Takalar menghabiskan dana sebesar Rp. 63,5 milyar dan selesai dibangun pada tanggal 27 Nopember 1984. Performance test dilaksanakan pada tanggal 5 sampai dengan 11 Agustus 1985 dengan hasil baik. Pabrik Gula Takalar dibangun dengan kapasitas giling 3.000 ton tebu per hari (TTH), yang dengan mudah dikembangkan menjadi 4.000 TTH. Pabrik Gula Takalar giling perdana tahun 1984, dan diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia pada tanggal 23 Desember 1987.

2. Profit Perusahaan

a. Lokasi Pabrik

1. Alamat Pabrik

Desa : Pa'rappunganta
Kecamatan : Polongbangkeng Utara
Kabupaten : Takalar
Provinsi : Sulawesi Selatan
Kode Pos : 92201
Terletak di : ± 35 Km dari Ibukota Propinsi
Telepon / Fax : -
Alamat Email : pgula.takalar@gmail.com /
pgula_takalar@yahoo.com

2. Kondisi pabrik

Tahun pembuatan : 1982
Kepemilikan : Persero
Jenis prosesing : Sulfitasi
Jenis gula yang dihasilkan : SHS 1
Kapasitas giling : 3000 TCD

3. Visi dan Misi PTP. Nusantara XIV (PERSERO) Pabrik Gula Takalar

1. Visi

Menjadi perusahaan agribisnis dan agroindustri yang kompetitif,
memberdayakan ekonomi rakyat.

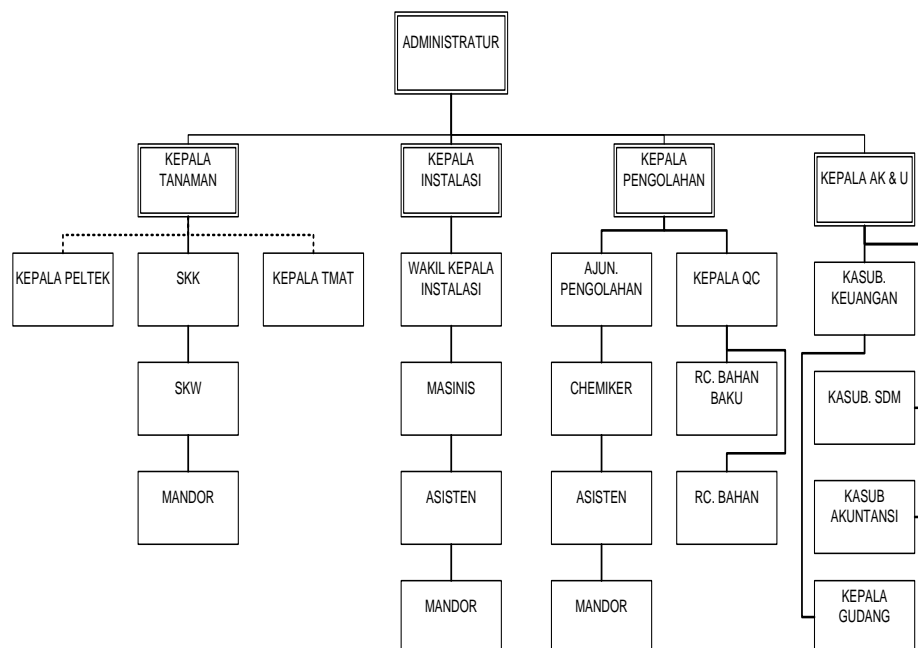
2. Misi

Misi perusahaan adalah:

- a. Menghasilkan produk utama perkebunan berupa gula yang berdaya saing tinggi untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik dan/atau internasional.
- b. Mengelola bisnis dengan teknologi akrab lingkungan yang memberikan kontribusi nilai kepada produk dan mendorong pembangunan berwawasan lingkungan.
- c. Melalui kepemimpinan, teamwork, inovasi, dan SDM yang kompeten, dalam meningkatkan nilai secara terus-menerus kepada shareholder dan stakeholders.
- d. Menempatkan Sumber Daya Manusia sebagai pilar utama penciptaan nilai (*value creation*) yang mendorong perusahaan tumbuh dan berkembang bersama mitra strategis.

4. Struktur Organisasi

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



a. General Manajer

Bagian administrator pabrik gula takalar bertugas :

1. Merencanakan dan menetapkan kebijakan dalam pengelolaan perusahaan sesuai yang ditetapkan direksi
2. Memimpin, mengendalikan dan mengkoordinir secara fisik pelaksanaan tugas bagian tata usaha dan keuangan, pengolahan, instalasi dan tanaman agar tercapai kesatuan

b. Kepala Bagian Tata Usaha Dan Keuangan

Kepala bagian tata usaha dan keuangan pabrik gula takalar bertugas :

1. Menjalankan kebijaksanaan dan rencana kerja yang telah ditetapkan general manager dalam bidang tata usaha dan keuangan sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh direksi
2. Menjalankan kebijaksanaan dan rencana kerja yang ditetapkan administrator dalam bidang tata usaha dan keuangan sesuai yang ditetapkan direksi
3. Membantu administrator secara aktif dalam menyusun dan mengendalikan rencana anggaran belanja perusahaan dibidang tata usaha dan keuangan perusahaan.

c. Kepala Bagian Tanaman

Kepala bagian tanaman bertugas melaksanakan kebijaksanaan dan rencana kerja yang ditetapkan oleh administrator dibidang tanaman dan sesuai yang ditetapkan oleh direksi.

1. membantu general manager dalam menyusun rencana kerja dan rencana anggaran belanja pada bagian tanaman.

2. Bertanggung jawab penuh atas kelancaran tanaman dari segi produksi dan produktivitas tanaman

d. Kepala Bagian Instalasi

Kepala instalasi bertugas :

1. Melaksanakan kebijaksanaan dan rencana kerja yang telah ditetapkan oleh administrator dibidang instalasi pabrik gula, sesuai yang telah ditetapkan oleh direksi dengan berdaya guna dan berhasil guna.
2. Bertanggung jawab penuh atas kelancaran instalasi secara tepat.
3. Membantu secara aktif general manager dalam menyusun rencana kerja dan rencana anggaran belanja dibidang instalasi pabrik gula.

e. Kepala Bagian Pabrikasi/Pengolahan

Kepala bagian pabrikasi/pengolahan bertugas :

1. Memimpin, merencanakan mengkoordinir serta mengawasi pelaksanaan semua bidang pengolahan sesuai kebijaksanaan dan rencana kerja yang telah ditetapkan oleh general manager dan direksi.
2. Bertanggung jawab atas pelaksanaan fungsi pengolahan dan tertimbang sampai menjadi gula ditimbang agar dapat mencapai mutu produksi secara efektif dan efisien.

f. Kepala Bagian SDM Umum

Kepala bagian SDM umum bertugas :

1. Melaksanakan kebijaksanaan dan rencana kerja yang telah ditetapkan oleh general manager dibidang SDM pabrik gula, sesuai yang telah ditetapkan oleh direksi dengan berdaya guna dan berhasil guna.
2. Bertanggung jawab penuh atas kelancaran SDM secara tepat.

3. Membantu secara aktif general manager dalam menyusun rencana kerja dan rencana anggaran belanja dibidang SDM pabrik gula.

5. Job Deskripsi

Berikut ini penulis akan menguraikan secara singkat fungsi dan tugas pokok masing-masing bagian:

a. Administratur (*Administration*)

Yaitu berarti pengendalian, pengolah atau menangani urusan-urusan perusahaan dalam pengelolaan suatu bisnis/ usaha bahwa proses dan lembaga yang bertanggung jawab terhadap penentuan tujuan-tujuan organisasi serta manajemen yang sedang di usahakan, yang menetapkan kebijakan-kebijakan yang luas di tempat tersebut beroperasi dan memberikan pandangan umum serta pengawasan untuk menjaga keefektifan dari seluruh operasi sehingga target dapat diraih.

b. Kabag. Tanaman

1. Fungsi Jabatan :

Pimpinan/koordinator pengelolaan produksi tanaman tebu dan pembina produktivitas kerja bagian tanaman.

a. Tugas-tugas :

1. Memimpin/koordinator bagian tanaman sebagai *profit center*, antara lain :
 - a) Penyusunan Angka Dasar RKAP , Tanaman & Pelayanan Tehnik (Peltek) + Ternak.
 - b) Pembentukan susunan Organisasi Tanaman & Pelayanan Tehnik + Ternak.

- c) Penentuan Target Produksi & sasaran kerja masing-masing Rayon Tanaman.
- d) Penentuan sasaran kerja Peltek + Ternak.
- e) Pembinaan & peningkatan produktivitas kerja Karyawan Tanaman, Peltek & Ternak.
- f) Penyelenggaraan Taksasi/Prognosa produksi bagian Tanaman.
- g) Penyediaan pasok tebu sebagai bahan baku pabrik sesuai kebutuhan (jumlah & mutu).

2. Memimpin/koordinator pengendalian operasional bagian tanaman sebagai cost center, antara lain :

- a) Penyusunan Rencana Anggaran Pembiayaan Operasional Tanaman, Peltek & Ternak.
- b) Permintaan Modal Kerja Tanaman, Peltek & Ternak.
- c) Pengendalian (Efektivitas & Efisiensi) Biaya Operasional Tanaman, Peltek & Ternak.
- d) Penentuan Jadwal dan Target Operasional Tanaman, Peltek & Ternak.
- e) Mengamankan Aset Perusahaan dibawah Tanggung Jawab Bagian Tanaman.
- f) Evaluasi Kerja Bagian Tanaman.

3. Membantu General Manajer sebagai jajaran manajemen unit, antara lain :

- a) Berperan sebagai kepala keluarga bagian tanaman (Tanaman, Peltek & Ternak).

- b) Berperan sebagai Fasilitator dan Moderator Inovasi Teknologi di Bagian Tanaman.
- c) Memimpin/Pengendali proyek Taktis Unit di Bagian Tanaman.
- d) Membina hubungan harmonis dengan Pemda, Masyarakat, Pihak Ketiga yang berhubungan dengan kepentingan kerja bagian Tanaman.
- e) Memimpin/koordinator upaya Diversifikasi Tanaman lain (Ubi Kayu).

b. Wewenang :

1. Melaksanakan tugas-tugas kepala bagian tanaman.
2. Membuat penilaian terhadap karyawan untuk pengusulan kenaikan berkala, pangkat, mutasi dan sanksi bagi seluruh Karyawan di Bagian Tanaman.
3. Mengajukan saran/usul/kajian kepada General Manajer sebagai jajaran Manajemen PG.

c. Tanggung Jawab :

1. Bertanggung jawab atas kelancaran dan ketertiban tugas/pekerjaan di Bagian Tanaman.
2. Bertanggung jawab atas permintaan dropping modal kerja Bagian Tanaman.
3. Bertanggung jawab atas pembinaan & produktivitas kerja Karyawan Tanaman.

d. Hubungan Lini :

1. Atasan Langsung :General Manajer
2. Hubungan Horizontal :Kepala Bagian Instalasi,Pengolahan
3. Bawahan Langsung :Sinder Kebun Kepala & Staf Bagian Tanaman, Kepala Pelayanan Teknik & Staf Peltek, Kepala Unit Ternak Takalar & staf unit ternak.

e. Kondisi kerja:

Kendaraan operasional : jeep hardtop+alat komunikasi

Kantor/ruang kerja : meja kursi kabinet, alat komunikasi dan lemari arsip

c. Kabag. Instalasi

1. Fungsi Jabatan :

- a. Memimpin bagian instalasi.
- b. Mengkoordinir kegiatan Masinis dalam melaksanakan tugas agar lebih efektif dan efisien.
- c. Mengendalikan semua aktivitas bidang instalasi.

2. Tugas-tugas :

- a. Memimpin, merencanakan, mengkoordinir serta mengendalikan semua aktivitas bidang instalasi.
- b. Membuat RJP/RKAP bidang instalasi.

- c. Membuat/menyusun Permintaan Modal Kerja (PMK)/daftar permintaan kebutuhan bahan/barang instalasi, serta mengendalikan penggunaannya.
- d. Membuat laporan kemajuan pekerjaan revisi peralatan di luar masa giling.
- e. Membuat laporan pelaksanaan giling serta hambatan-hambatan dan upaya yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang ditetapkan.
- f. Melaksanakan administrasi bidang instalasi. Menjaga dan merawat semua aset perusahaan bagian instalasi.
- g. Melaksanakan pembinaan kepada karyawan bagian instalasi.
- h. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh General Manager sesuai urgensi.

3. Wewenang :

- a. Mengatur formasi Masinis bagian Instalasi.
- b. Memberikan perintah/tugas langsung kepada Masinis bagian instalasi, yang berkaitan dengan urusan kedinasan.
- c. Memberikan penilaian terhadap karyawan instalasi yang berhubungan dengan kenaikan pangkat/promosi.
- d. Mengusulkan promosi, mutasi, sanksi karyawan instalasi.

4. Tanggung Jawab :

- a. Bertanggung jawab atas kualitas pekerjaan persiapan peralatan pabrik.
- b. Bertanggung jawab atas kelancaran giling serta pencapaian sasaran RKAP bidang Instalasi.

- c. Bertanggung jawab atas pembinaan karyawan bidang Instalasi.

5. Hubungan Lini :

- a. Atasan Langsung : General manajer
- b. Hubungan Horizontal : Kepala bagian pabriksi, TUK, tanaman
- c. Bawahan Langsung :Mesingilingan, mesinketel, mesin Pemurnian Penguapan/Water Treatment, mesin masakan/pendingin mesin putaran, mesin listrik/instrument, mesin Work Shop

6. Kondisi kerja :

- a. Mempunyai ruang kerja tersendiri lengkap dengan kamar kecil, AC + 1 set meja tamu, telepon lokal.
- b. Fasilitas mobil dinas dari perusahaan.
- c. Alat komunikasi genggam (HT/Rig).

d. Kabag. Pengolahan

1. Fungsi Jabatan :

Memimpin, merencanakan, mengorganisasikan serta mengawasi pelaksanaan tugas bidang Pengolahan sesuai kebijaksanaan dan rencana kerja yang digariskan oleh General Manajer dan Direksi secara berdaya guna dan berhasil guna.

2. Tugas-tugas :

- a. Memimpin, merencanakan, mengkoordinir serta mengendalikan semua aktivitas bidang Pengolahan serta melakukan pembinaan dan pengorganisasian terhadap karyawan bawahannya.

- b. Membantu secara aktif General Manajer dalam membuat Study kelayakan untuk rencana investasi, rehabilitasi serta melaksanakan pengawasan pada waktu pelaksanaannya.
- c. Menyiapkan, merawat/memelihara semua peralatan/mesin pabrik/bangunan, dalam keadaan siap pakai guna menunjang kelancaran giling.
- d. Membantu Administratur dalam menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan bidang Pengolahan.
- e. Menyusun Permintaan Modal Kerja, daftar kebutuhan bahan/barang Pengolahan serta mengadakan penilaian dan pengawasan penggunaannya.
- f. Bersama-sama Kepala Bagian Pengolahan merencanakan & melaksanakan investasi & rehabilitasi pabrik.
- g. Menyelenggarakan Administrasi bidang Pengolahan.
- h. Mengamankan harta milik perusahaan yang menjadi tanggung jawab bagian Pengolahan baik fisik maupun administratif.

3. Wewenang :

- a. Membuat daftar konduite karyawan bawahannya serta mengusulkan promosi, mutasi dan sanksi.
- b. Melaksanakan tugas-tugas lain yang dibebankan General Manajer sesuai Urgensi Perusahaan.

4. Tanggung Jawab :

Bertanggung jawab atas kelancaran dan tercapainya produktivitas yang tinggi di bidang Pengolahan.

5. Hubungan Lini :

- a. Atasan Langsung :General Manajer
- b. Hubungan Horizontal :Kepala Bagian lainnya
- c. Bawahan Langsung :1.Koordinator Masinis Pab. Muka (Urusan Investasi, St. Gilingan, St. Besali, Pengolahan Sipil)
2.Koordinator Masinis Power (St. Ketel, St. St. Listrik &Instrument, St. Turbin & Diesel)3.Koordinator Masinis Pab. Belakang (St. Pemurnian,St. Penguapan, St. Ma: & Pendingin, St. Putaran)

B. HASIL PENELITIAN

1. Rincian Biaya Perusahaan

Berikut data laporan biaya kualitas yang ada pada PT Pabrik Gula Takalar tahun 2013-2017 yang dapat dilihat pada tabel 5.2 dibawah ini :

Tabel 4.1

Laporan Biaya Kualitas

Uraian	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017
Biaya Pelatihan karyawan	60,521,250	432,521,250	630,280,401	1,150,185,256	2,080,560,240
Biaya bahan dan alat pemeriksaan	410,567,230	582,451,580	1,508,250,180	1,680,276,240	2,380,831,969
Biaya sisa bahan	302,110,220	452,354,140	750,569,820	1,236,283,531	2,430,653,320

biaya Pengemasan gula	200,002,080	226,150,100	981,300,100	1,525,650,260	2,399,687,700
Total biaya kualitas	1,473,200,780	1,693,457,170	3,870,400,501	5,592,395,287	9,291,733,229

Berikut data laporan penjualan yang ada pada PT Pabrik Gula Takalar tahun 2013-2017 yang dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini :

Tabel 4.2
Laporan Penjualan

Uraian	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017
Biaya produksi					
- Gula eks tebu	2,957,52	4,237,07	4,582,09	8,859,95	17,710,095
- Gula eks raw sugar					
- Tetes	6,405,33	6,530,82	4,362,62	8,151,57	10,000,000
Biaya penjualan (Rp)					
- gula	8,077,868	7,533,976	8,578,008	6,634,025	6,687,453
- tetes	742,735	915,931	1,241,187	1,474,191	1,198,992

	ai penjualan					
	- penjualan gula eks tebu	890,455,455	921,984,093	305,214,984	906,754,546	637,107,273
	- penjualan gula eks raw sugar	757,462,500	81,779,000		94,391,282	790,927,330
	- penjualan tetes	647,917,955	903,763,09	14,827,273	501,145,828	428,034,603
	total penjualan			720,042,257		

2. Biaya Kualitas Dan Penjualan

a. Data Biaya Kualitas Tahun 2013-2017

Berikut data-data biaya kualitas yang ada pada PT Pabrik Gula Takalar tahun 2013-2017 yang dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini :

Tabel 4.3

Data Biaya Kualitas PT Pabrik Gula Takalar 2013-2017

Tahun	Biaya kualitas
2013	1,473,200,780
2014	1,693,457,170
2015	3,870,400,501
2016	5,952,395,287
2017	9,291,733,229

Sumber : PTPN XIV (Persero) Pabrik Gula Takalar 2013-2017

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya kualitas PTPN XIV (Persero) Pabrik Gula Takalar mengalami peningkatan disetiap tahunnya. dari tahun 2013-2017. Pada tahun 2013 biaya kualitas sebesar Rp.1,473,200,780 dan pada tahun 2014 sebesar Rp. 1,693,457,170, kemudian pada tahun 2015 sebesar Rp.3,870,400,501, dan pada tahun 2016 sebesar Rp. 5,952,395,287 kemudian pada tahun 2017 semakin mengalami peningkatan yang signifikan sebesar Rp. 9,291,733,229.

b. Data Penjualan Tahun 2013-2017

Berikut data-data penjualan yang ada pada PT Pabrik Gula Takalar tahun 2013-2017 yang dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini :

Tabel 4.4

Data Penjualan PT Pabrik Gula Takalar 2013-2017

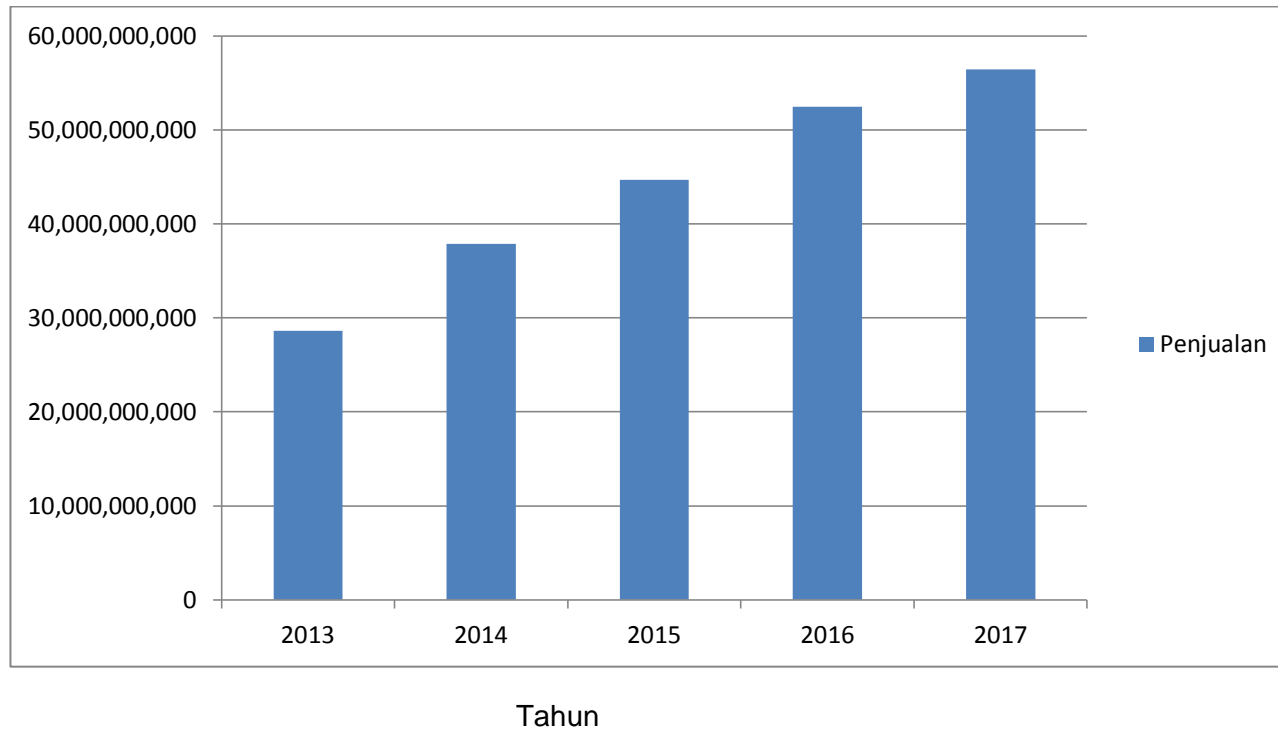
Tahun	Penjualan
2013	28.647.917.955
2014	37.903.763.093
2015	44.720.042.257
2016	52.501.145.828
2017	56.428.034.603

Sumber : : PTPN XIV (Persero) Pabrik Gula Takalar 2013-2017

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan : PTPN XIV (Persero) Pabrik Gula Takalar mengalami peningkatan disetiap tahunnya.dari tahun 2013-2017. Pada tahun 2013 biaya kualitas sebesar Rp.28.647.917.955, dan pada tahun 2014 sebesar Rp3.7.903.763.093, kemudian pada tahun 2015 sebesar Rp. 44.720.042.257, dan pada tahun 2016 sebesar Rp. 52.501.145.828, kemudian pada tahun 2017 semakin mengalami peningkatan yang signifikan sebesar Rp. 56.428.034.603.

Berikut grafik penjualan pada PT Pabrik Gula takalar tahun 2013-2017

Gambar 4.1 Grafik Penjualan



3. Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Pada Penjualan

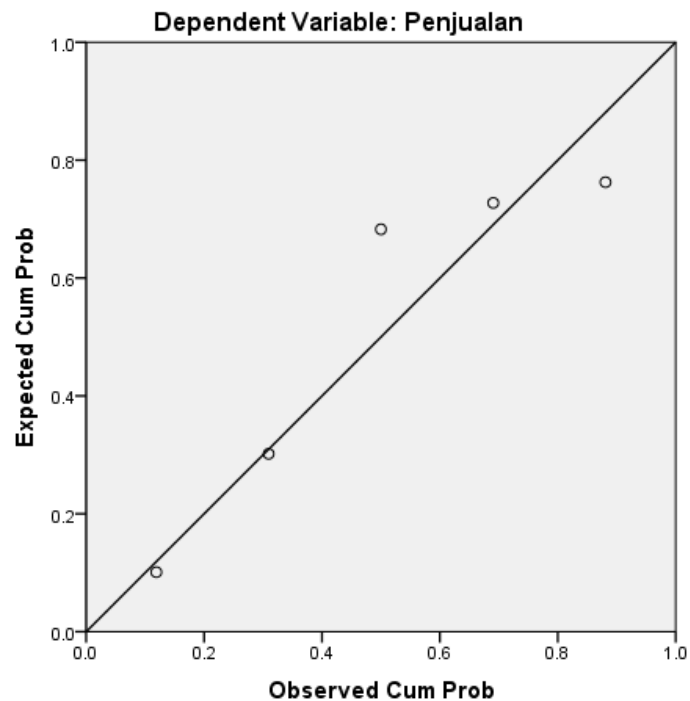
1. UJI ASUMSI KLASIK

a. Normalitas Data

Hasil uji normalitas data dapat ditunjukkan pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



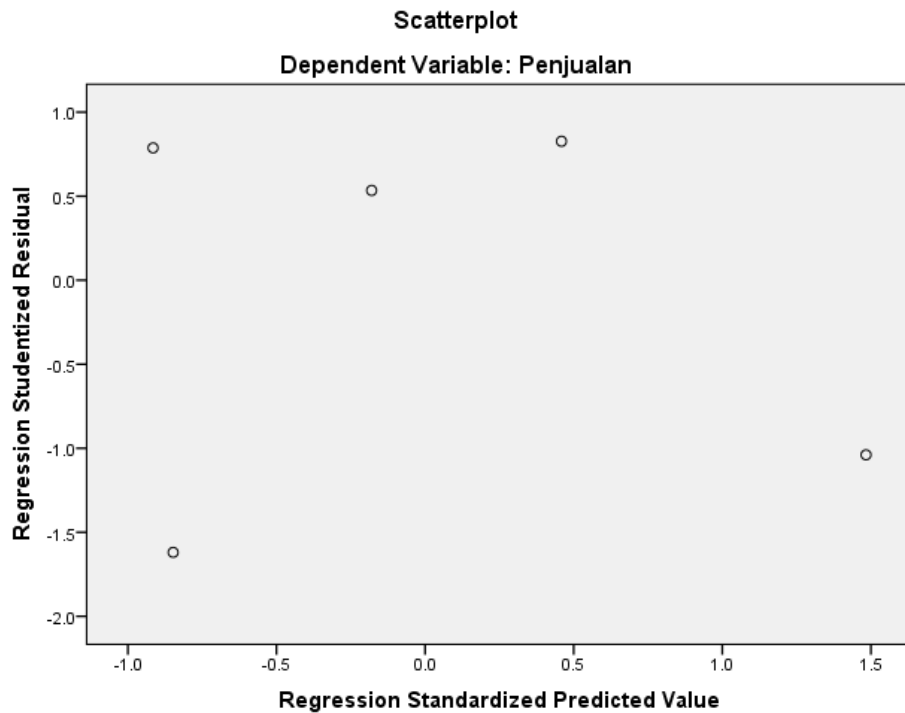
SUMBER : diolah oleh SPSS 21

Pada gambar di atas tampak bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal, tidak menjauh atau menyebar jauh dari garis. Dengan demikian, pada grafik di atas, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal.

b. Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat ditunjukkan pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



SUMBER : diolah oleh SPSS 21

Pada gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik tersebar secara acak, tidak terpusat dan membentuk pola pada bagian tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa pada data penelitian, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, baik asumsi normalitas, maupun heteroskedastisitas, data penelitian memenuhi asumsi sehingga pengujian dapat dilanjutkan pada tahapan berikutnya.

2. UJI HIPOTESIS

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk melihat karakteristik data atau variabel penelitian. Hasil statistik deskriptif dapat ditampilkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya_Kualitas	5	1473200780	9291733229	4.4562	3.2594
Penjualan	5	2864791795	5642803460	44.0401	11.1813
Valid N (listwise)	5	5	3		

SUMBER : diolah oleh SPSS 21

Pada tabel statistik deskriptif di atas, dapat dilihat bahwa nilai maksimum dari variabel Biaya Kualitas adalah sebesar 9.291.733.229, sedangkan nilai minimumnya adalah 1.473.200.780. nilai rata-rata sebesar 4.4562 dengan tingkat deviasi standarnya sebesar 3.2594. Sementara itu, nilai maksimum dari variabel Penjualan adalah sebesar 56.428.034.603, nilai minimumnya adalah 28.647.917.955. Nilai rata-rata sebesar 44.0401 dengan tingkat deviasi standar sebesar 11.1813.

b. Koefisien Determinan

Koefisien determinan dalam hasil penelitian ditunjukkan dengan nilai *R Square*(R^2). Berikut hasil pengujian koefisien determinan.

Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.912 ^a	.832	.776	5.287

a. Predictors: (Constant), Biaya_Kualitas

SUMBER : diolah oleh SPSS 21

Hasil pengujian data di atas menunjukkan bahwa nilai *R Square* (R^2) adalah sebesar 0.832 atau 83.2 %. Hal ini berarti variasi kekuatan pengaruh variabel Biaya Kualitas sebesar 83.2% terhadap variabel Penjualan. Sisanya sebesar 16.8% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinan dinyatakan cukup bagus karena nilainya mendekati 1 atau 100%. Dengan demikian, model yang dibangun dalam penelitian ini dapat dilanjutkan pada pengujian tingkat berikutnya.

c. Uji Hipotesis

Berikut hasil pengujian hipotesis atas pengaruh Biaya Kualitas terhadap Penjualan:

Tabel 4.7 hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.009	4.319		6.967	.006
Biaya_Kualitas	3.130	.811	.912	3.858	.031

a. Dependent Variable: Penjualan

SUMBER : diolah oleh SPSS 21

Berdasarkan hasil pengujian statistik di atas, model penelitian ini dapat dijelaskan dalam persamaan berikut:

$$Y = 3.009 + 3.130X + e.$$

Berdasarkan hasil pengujian yang ditampilkan di atas, dapat dilihat bahwa nilai *t*-hitung yang didapat adalah sebesar 3.858 tingkat signifikansi lebih kecil dari nilai *alpha* ($0.031 < 0.05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Biaya Kualitas terhadap Penjualan. Dengan demikian **hipotesis diterima.**

C. Pembahasan

Pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan. Berdasarkan hasil analisis statistik yang diperoleh, diketahui bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan biaya kualitas terhadap penjualan. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa biaya kualitas yang meningkat akan mempengaruhi tingkat penjualan dan begitupun sebaliknya jika biaya kualitas menurun akan mempengaruhi penjualan. dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel biaya kualitas menjadi variabel predictor yang cukup diperhitugkan bagi variabel penjualan.

Dari hasil pengujian statistik regresi sederhana, nilai untuk biaya kualitas sebesar *t*-hitung sebesar 3,858, selain itu nilai alpha ($0.031 < 0.05$). sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel biaya kualitas (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel penjualan (Y).

Secara umum hasil pengujian variabel biaya kualitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.hal ini bearti **hipotesis diterima.**

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Ida Nurhayati (2014) yang menunjukkan bahwa biaya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik biaya kualitas maka semakin meningkat penjualan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan olah data yang telah diuraikan di bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Biaya kualitas terus mengalami peningkatan disetiap tahunnya begitupun dengan penjualan terus mengalami peningkatan disetiap tahunnya
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara biaya kualitas terhadap penjualan. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji regresi sederhana

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1. Disarankan kepada pabrik gula takalar agar terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk, dengan demikian dapat meningkatkan biaya kualitas yang akhirnya akan meningkatkan penjualan dan dapat meningkatkan laba/profit.
2. Disarankan kepada pabrik gula takalar untuk lebih meningkatkan biaya kualitas supaya bisa meningkatkan lagi biaya penjualan
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan lebih baik lagi jika jumlah sampel dalam penelitian diperbanyak sehingga menghasilkan hasil yang lebih baik dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adni, Agista, 2014. Pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ditahun 2014 (<http://journal.unpak.ac.id>) di akses pada tanggal 15 agustus 2018.
- Ahmad, kamaruddin 2000. Akuntansi Manajemen Edisi 1, PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Basu swastha, 2011. Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada.
- Febby, satya, 2014. Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada CV Garuda Mas. (<http://journal.lib.unnes.ac.id>) diakses pada tanggal 15 agustus 2018
- Hery. 2012. Akuntansi Keuangan Menengah 1, PT Bumi Aksara: Jakarta.
- Komaruddin, 1997. Ensiklomedia Manajemen, Bumi Aksara, Jakarta
- Ida, Nurhayati. 2014. Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada CV Anugerah Mebel. (<http://journal.repository.widyatama.ac.id>) di akses pada tanggal 15 agustus 2018.
- Irfa, Arliany. 2013. Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Penjualan Study Empiris Pada PT Pindad (Persero).(<http://journal.unisbank.ac.id>) diakses pada tanggal 15 agustus 2018
- Purba, radiks 1997. Analisis Biaya Dan Manfaat, PT. Rineka Cipta: Jakarta.
- Samrin, L.M. 2012. Akuntansi Manajemen Edisi Pertama, Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : ALFABETA.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Swasta, Basu. 2002. Manajemen Pemasaran, Yogyakarta : BFFEE.

Winardi, 2001, Pengantar Manajemen Penjualan (Sales Marketing), Penerbit PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung

Wijaya, david. 2017. Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya, PT Grasindo: Jakarta.

RIWAYAT HIDUP



Penulis skripsi berjudul “Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada PT Perkebunan Nusantara XIV (Persero) Pabrik Gula Takalar”

adalah Sahri Bulang. Ia lahir di Lauwa, 02 Desember 1995.

Ia anak kedua dari ke tiga bersaudara dari pasangan Suami istri bapak Samad Daeng Ngunjung dan ibu Hj Nursiah.

Menyelesaikan pendidikan SDN Inpres 51 Lauwa lulus pendidikan dasar pada tahun 2008. Lulus Sekolah Menengah Pertama SMPN 2 Polut pada tahun 2011. Dan lulus dari SMAN 2 Polut pada tahun 2014.

Pada tahun 2014. Penulis melanjutkan kuliah di Universitas Muhammadiyah Makassar mengambil Program Studi Manajemen sampai sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai Mahasiswi pada Universitas Muhammadiyah Makassar Program Studi S1 Manajemen.