PENGARUH BIAYA KUALITAS DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP PENJUALAN
(STUDI PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018-2019)

SKRIPSI

Oleh :

Mega Kusumawati Aisyah NIM : G02217016

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Nama	: Mega Kusumawati Aisyah
NIM	: G02217016
Fakultas/Prodi	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Akuntansi
Judul Skripsi	: Pengaruh Biaya Kualitas dan Biaya Produksi Terhadap Penjualan (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya. 6 Agustus 2021

Saya yang menyatakan,

Mega Kusumawati Aisyah

NIM G02217016

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Mega Kusumawati Aisyah NIM G02217016 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 6 Agustus 2021

Pembimbing

Ashari Lintang Yudhanti, M.Ak

NIP : 199411082019032021

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Mega Kusumawati Aisyah NIM. G02217016 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, 11 Agustus 2021 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan program sarjana strata satu dalam bidang Akuntansi.

Majelis Munaqosah Skripsi

Penguji 1

Ashari Lintang Yudhanti, M.Ak
NIP : 199411082019032021

Penguji II

Mochammad Ilyas Junjunan, MA
NIP : 199303302019031009

Penguji III

Ajeng Tita Nawangsari, SE., MA., AK
NIP : 198708282019032013

Penguji IV

Imam Buchori, SE. MSi
NIP: 196809262000031001

Surabaya, 13 Agustus 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

Dr. H Ah Ali Arifin, MM
NIP : 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mega Kusumawati Aisyah
NIM : G02217016
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Akuntansi
E-mail address : megakusumawatiaisyah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :

Pengaruh Biaya kualitas dan Biaya Produksi Terhadap Penjualan (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Agustus 2021

Penulis

(Mega Kusumawati Aisyah)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Biaya Kualitas dan Biaya Produksi Terhadap Penjualan (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI)”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan, menguji pengaruh biaya produksi terhadap penjualan, dan menguji pengaruh biaya kualitas dan biaya produksi secara bersama terhadap penjualan.

Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling* dan diperoleh total sampel sebanyak 42 perusahaan. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu SPSS 25. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan data sekunder berupa Laporan Keuangan Perusahaan yang dapat diakses di website idx.

Hasil penelitian menunjukan bahwa Biaya Kualitas berpengaruh signifikan terhadap Penjualan dengan nilai t hitung yaitu sebesar 3.987 dan nilai Sig kurang dari 0.05 dan Biaya Produksi berpengaruh signifikan terhadap Penjualan dengan nilai t hitung sebesar 96.685 dan nilai Sig 0.000. Hasil penelitian secara simutan menunjukan bahwa Biaya Kualitas dan Biaya Produksi berpengaruh terhadap Penjualan dengan nilai F hitung yaitu 7783.891 dan nilai Sig 0.000.

Peneliti memberikan saran agar dapat mengembangkan penelitian dimasa mendatang dengan variabel dan objek yang lebih dan menggunakan data time series yang lebih lama agar data yang diambil lebih empiris. Untuk perusahaan diharapkan untuk terus berkomitmen terhadap kualitas produk dan meningkatkan kualitas agar produk sesuai dengan standar dan harapan konsumen kemudian biaya kualitas dan biaya produksi perlu dilakukan pengawasan agar teralokasi dengan tepat sehingga dapat membantu manajemen untuk mengambil keputusan strategis untuk mengaji bagaimana pertumbuhan penjualan pada periode selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM ii

PERNYATAAN KEASLIAN iii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iv

LEMBAR PENGESAHAN v

LEMBAR PUBLIKASI vi

ABSTRAK vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 8

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA 7

2.1 Landasan Teori 10

1. Teori Kontingensi 10

2. Teori Research Based View 11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Just in Time 12

4. Acitivity based Costing 14

4. Konsep Biaya 16

5. Biaya Kualitas 18

6. Biaya Produksi 21

7. Penjualan 23

2.2 Penelitian Terdahulu 25

2.4 Hipotesis 28

2.3 Kerangka Konseptual 31

BAB III METODE PENELITIAN 32

3.1 Jenis Penelitian 32

3.2 Waktu dan Tempat 32

3.3 Populasi dan Sampel 33

3.4 Variabel Penelitian 34

3.5 Definisi Operasional 35

3.6 Data dan Sumber Data 37

3.7 Teknik Pengumpulan Data 37

3.8 Teknik Analisis Data 38

BAB IV HASIL PENELITIAN 43

3.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian 43

1. Lokasi Penelitian 43

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Karakteristik Sampel Penelitian 43

3.2 Analisis Data 43

1. Analisis Deskriptif 43

2. Uji Asumsi Klasik 45

3. Analisis Regresi Linier Berganda 48

4. Uji Hipotesis 49

BAB V PEMBAHASAN 54

5.1 Pengaruh Biaya Kualitas secara signifikan terhadap Penjualan 54

5.2 Pengaruh Biaya produksi secara signifikan terhadap Penjualan 59

5.3 Pengaruh Biaya Kualitas dan Biaya Produksi secara simultan 62

BAB VI PENUTUP 63

6.1 Kesimpulan 63

6.2 Saran 63

DAFTAR PUSTAKA 65

LAMPIRAN 67

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu 25

Tabel 3.1 Kriteria Penentuan Sampel..... 34

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif..... 44

Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas 46

Tabel 4.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... 48

Tabel 4.4 Hasil Uji t..... 50

Tabel 4.5 Hasil UJi F 51

Tabel 4.6 Hasil Uji R Square 52

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 31

Gambar 4.1 Hasil P-P Plot 46

Gambar 4.2 Hasil Scatterplot 47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu dari sektor industri utama di Indonesia. Industri makanan dan minuman adalah sektor yang dibutuhkan oleh masyarakat karena merupakan kebutuhan primer manusia. Menurut laporan analisis perkembangan industri yang diterbitkan Kementrian Perindustrian pada tahun 2018, industri makanan dan minuman berada pada posisi tertinggi pada sektor industri non migas yang mengalami kenaikan pertumbuhan selama triwulan I hingga triwulan III tahun 2018 yaitu 9,74 persen melebihi pertumbuhan ekonomi nasional tahun 2018 yaitu 5,17 persen.[1] Hal ini menunjukan industri makanan dan minuman mengambil andil yang sangat besar pada pertumbuhan ekonomi negara yaitu pada produktivitas, investasi, ekspor, dan tenaga kerja.

Dengan persentase pertumbuhan tersebut maka persaingan antar perusahaan pada industri makanan dan minuman akan semakin ketat. Melihat ketatnya persaingan tersebut manajemen berusaha mencapai tujuan perusahaan untuk meningkatkan laba dengan meningkatkan penjualan atas produk yang dihasilkan. Perusahaan diharuskan menggunakan keunggulan bersaing agar mampu bertahan pada lingkungan dengan persaingan yang ketat dan tidak

[1] Kemenperin, "Analisis Perkembangan Industri Indonesia - Edisi IV 2018", Pusat Data dan Informasi Kementrian Perindustrian (Jakarta, 2018).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikalahkan oeh pesaing. Menurut keunggulan bersaing yang dikemukakan oleh Porter, keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan yang bersumber dari sumber daya dan karakteristik suatu perusahaan untuk memiiki kinerja yang lebih unggul dibanding perusahaan lain pada sektor yang sama, sehingga agar perusahaan dapat mempertahankan keunggulan bersaing dan memperoleh posisi pasar, perusahaan dapat melakukan beberapa strategi.

Strategi keunggulan bersaing merupakan faktor kontinjensi dalam teori kontinjensi yaitu berkaitan dengan keputusan strategis apa yang digunakan perusahan untuk meningkatkan daya saing melalui strategi yang sesuai dengan lingkungan bisnis.[2] Kualitas produk menjadi salah satu strategi perusahaan untuk mampu bersaing antar perusahaan makanan dan minuman secara kompetitif. Selain kualitas yang baik, harga jual juga menjadi strategi keunggulan bersaing. Pada industri sektor makanan dan minuman produk yang dihasilkan sangat berisiko terhadap kegagalan maupun cacat poduk, maka kualitas harus selalu dijaga dan ditingkatkan demi kepuasan konsumen dan untuk menghindari cacatnya produk. Perusahaan akan terus berkelanjutan dengan usaha menjaga dan meningkatkan kualitas produk, inovasi produk, biaya produksi yang efisien, serta ketepatan produksi.[3] Dengan hasil produk yang berkualitas diharapkan

[2] Imam Ghozali, *25 Teori Besar (Grand Theory) Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis* (Semarang: Yoga Pratama, 2020).
[3] S. Winarno, "Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Keuntungan Perusahaan (Studi Kasus Pada Cv. Meranti Manunggal Furtiture)," *Journal Moneter* 2, no. 3 (2015): 205–214.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memenuhi harapan dari pasar yang dituju sehingga memperbesar peluang untuk meningkatkan produk yang akan terjual.[4]

Perencanaan, pengendalian, dan evaluasi harus dilakukan ketika proses produksi maupun proses distribusi hingga sampai kepada konsumen. Selain itu, perusahaan dapat mengikuti beberapa sertifikasi standar kualitas yang diwajibkan oleh pemerintah maupun sertifikasi tambahan sebagai bukti komitmen perusahaan dalam menjaga kualitas dan menambah nilai perusahaan. Pengukuran kinerja atas kualitas produk tidak hanya berupa keadaan fisik, namun dapat dicerminkan secara *financial* melalui biaya kualitas. Biaya kualitas merupakan aktiva yang harus dikorbankan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan standar mutu dan keamanan. Secara garis besar biaya kualitas diklasifikasikan menjadi dua, yaitu *control cost* dan *failure cost*. *Control cost* yaitu biaya yang timbul terkait dengan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk mencegah dan mendeteksi produk yang berkualitas buruk, control cost dibagi menjadi biaya pencegahan dan biaya penilaian. Failure cost yaitu biaya yang timbul terkait gagalnya produk yang tidak sesuai dengan standar kualitas, *failure cost* dibagi menjadi biaya kegagalan internal dan eksternal.[5] Biaya kualitas dapat meningkat akibat rendahnya kualitas yang akan mengakibatkan menurunnya pembelian konsumen, sementara itu peningkatan kualitas diharapkan dapat mengurangi biaya kualitas atas kegagalan produk. Sehingga perusahaan cenderung untuk

[4] Ridel Tambingon, Herman Karamoy, dan Sonny Pangarepan, "Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan PT. Putra Karangetang," *Indonesia Accounting Journal* 2, no. 4 (2020): 52–57.
[5] Maryanne M. Mowen, Don R. Hansen, dan L. Heitger, "*Dasar-Dasar Akuntansi Manajerial*, ed. 5" (Jakarta: Salemba Empat, 2017).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meningkatkan biaya kualitas pada *control cost* seperti biaya pemeliharaan, pemeriksaan, pengembangan untuk menghindari *failure cost* yang tinggi seperi retur dan barang rusak karena dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Menurut Harmelia dan Edriani (2019), terdapat pengaruh positif antara biaya kualitas dan penjualan, yang artinya kenaikan biaya kualitas akan mengakibatkan kenaikan penjualan.[6] Perusahaan dapat memperbesar biaya pencegahan dan biaya penilaian untuk menjaga produk sesuai dengan standar kualitas sehingga dapat menurunkan biaya kegagalan internal maupun eksternal dan menghindari biaya yang dikeluarkan semakin membesar. Biaya kualitas tetap efisien dan perusahaan mampu menghasilkan produk sesuai dengan keinginan dan kepuasan konsumen. Namun menurut Winarno (2015), biaya kualitas berbanding terbalik dengan tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan, yang artinya apabila biaya kualitas menurun akan mengakibatkan peningkatan jumlah keuntungan yang diperoleh.[7] Biaya kualitas yang meningkat menyebabkan pengeluaran perusahaan semakin besar sehingga dapat mengurangi tingkat keuntungan perusahaan.

Tujuan perusahaan untuk meningkatkan laba dengan penjualan selain memasarkan produk yang berkualitas, perusahaan harus memasarkan produk dengan harga jual yang bersaing. Melalui penentuan harga jual yang bersaing, biaya produksi menjadi salah satu parameter dalam penetuan harga jual. Biaya

[6] Harmelia dan Devi Edriani, "Analisis Pengaruh Biaya Mutu Terhadap Penjualan Produk (Studi Kasus: Pusat Oleh-Oleh Minang di Kota Padang)," *Ekonomi dan Bisnis* 21, no. 2 (2019): 178–187.
[7] S. Winarno, "Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Keuntungan Perusahaan (Studi Kasus Pada Cv. Meranti Manunggal Furtiture)."

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produksi merupakan biaya yang berhubungan dengan fungsi pengolahan bahan baku hingga menjadi produk yang siap untuk dijual.[8] Biaya produksi merupakan biaya inti ketika produk tersebut dilakukan pemrosesan menjadi barang jadi. Biaya produksi secara garis besar dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku pada biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan yang nantinya akan menjadi bagian dari produk yang selesai. Bahan baku dapat berupa *direct materials* maupun *indirect materials*. Biaya tenaga langsung merupakan biaya yang dikeluarkan atas jasa yang diberikan oleh karyawan yang dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan perusahaan. Biaya overhead pabrik merupakan biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, contohnya adalah biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya bahan baku penolong, penyusutan aktiva pabrik, biaya listrik, biaya air, dan lain-lain.

Biaya produksi digunakan oleh manajemen untuk melakukan penilaian atas proses operasi produksi. Biaya produksi juga digunakan untuk pengambilan keputusan mengingat biaya produksi merupakan biaya terbesar yang dikeluarkan oleh perusahaan pada proses produksi dibandingkan dengan biaya-biaya lain. Berubah-ubahnya harga bahan baku dari waktu ke waktu namun kuantitas produksi yang tetap sama akan memperbesar biaya produksi dan mempengaruhi penetapan harga jual. Namun dapat juga biaya produksi meningkat disebabkan oleh jumlah produk yang diproduksi meningkat karena permintaan konsumen

[8] R. A. Supriyono, *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Edisi 2. (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2017).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semakin tinggi. Perusahaan diharuskan untuk mampu merencanakan, mengontrol, dan mengendalikan bagaimana biaya produksi yang akan direalisasikan nantinya. Diharapkan biaya produksi yang telah dianggarkan sebelumnya dapat mendekati biaya produksi pada saat realisasinya.

Menurut penelitian Hartanti (2016), biaya produksi memiliki pengaruh positif terhadap penjualan yang artinya apabila biaya produksi meningkat diikuti oleh peningkatan penjualan.[9] Sejalan dengan penelitian Rupaida dan Bernardin pada tahun 2016, biaya produksi memiliki pengaruh signifikan positif yang berbanding lurus dengan penjualan.[10] Biaya produksi cenderung meningkat didominasi oleh meningkatkanya kuantitas produk yang akan diproduksi. Namun menurut penelitian Satar dan Dali pada tahun 2020, biaya produksi berpengaruh negatif dan tidak siginfikan terhadap penjualan.[11] Dan menurut penelitian Dinar, Yulianthini, dan Susila pada tahun 2016, biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan.[12] Hal ini dikarenakan biaya produksi kurang efisien dan efektif dalam menunjang kegiatan dan ketika perusahaan telah memproduksi suatu produk, perusahaan kurang dalam melakukan promosi sehingga produk tersebut kurang diketahui dan menarik pelanggan.

---

[9] Hartanti, "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan Pada PT Shindengen Indonesia," *MONETER - Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 3, no. 2 (2016): 83–99.
[10] Silva Anne Rupaida dan Deden Edwar Yokeu Bernardin, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.," *Ekspansi* 8, no. 2 (2016): 261–275.
[11] Muhammad Safar and Dalli, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Terhadap Laba Bersih PT. Sunson Textile Manufacture," *Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi* 11, no. 1 (2020): 31–42.
[12] Ni Nyoman Yulianthini, I Gusti Putu Gde Indra Dinar, and Gede Putu Agus Jana Susila, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi," *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha* 4, no. 1 (2016).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkankan latar belakang diatas, pada penelitian ini mengangkat kualitas produk yang merupakan hal krusial pada industri makanan dan minuman dalam melakukan strategi keunggulan bersaing dan bagaimana biaya produksi yang digunakan dalam proses produksi dikaji untuk melakukan penilaian terhadap performa perusahaan melalui penjualan. Penelitian ini perlu diteliti agar industri makanan dan minuman tetap dan harus memperhatikan bagaimana komitmennya terhadap kualitas agar perusahaan tetap *going concern* dan penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi bagi industri makanan dan minuman agar dapat mengalokasikan biaya produksi dengan baik. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Biaya Kualitas dan Biaya Produksi terhadap Penjualan (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah Biaya Kualitas berpengaruh signifikan terhadap Penjualan?
2. Apakah Biaya Produksi berpengaruh signifikan terhadap Penjualan?
3. Apakah Biaya Kualitas dan Biaya Produksi berpengaruh secara simultan terhadap Penjualan?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian pada penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah Biaya Kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap Penjualan.
2. Untuk menguji apakah Biaya Produksi berpengaruh secara signifikan terhadap Penjualan.
3. Untuk menguji apakah Biaya Kualitas dan Biaya Produksi berpengaruh secara simultan terhadap Penjualan.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1. Kegunaan Teori

   Melalui penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori mengenai akuntansi biaya strategis pada penelitian selanjutnya dan dapat digunakan sebagai pengetahuan secara teoirtis terkait penjualan yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor.

2. Kegunaan Praktis

   Kegunaan secara praktis penelitian ini adalah dapat dijadikan referensi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan makanan dan minuman untuk berkomitmen terhadap kualitas produk serta biaya kualitasnya dan bagaimana mengendalikan biaya produksi. Selain itu perusahaan dapat mengkaji terkait faktor-faktor yang dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempengaruhi penjualan agar perusahaan terus berkelanjutan dan mendapat loyalitas para konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

1. Teori Kontingensi

Teori kontingensi adalah suatu cara dalam organisasi dapat optimal bergantung pada situasi internal maupun eksternal masing-masing organisasi dan tidak dapat disamaratakan untuk semua organisasi.[13] Sebagai contoh teori kontingensi menyatakan bahwa sebuah sistem pada perusahaan A tidak dapat diterapkan pada perusahaan B walaupun memiliki kesamaan jenis perusahan. Teori ini bertolak belakang dengan teori universal yang menyatakan bahwa teori tersebut akan berlaku universal pada setiap organisasi. Efektivitas suatu perusahaan yang berasal dari penyesuaian karakteristik perusahaan dengan kemungkinan pencerminan dari situasi perusahaan merupakan inti dari kontingensi. Teori kontingensi menjelaskan faktor-faktor penentu efektivitas perusahaan yang memiliki makna luas yang mengacu pada kinerja terdiri dari profitabilitas, kepuasan pelanggan, atau kombinasi tindakan non keuangan dan keuangan.

[13] Ghozali, *25 Teori Besar (Grand Theory) Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kinerja dapat dikatakan unggul jika merupakan hasil dari kombinasi yang tepat dari serangkaian variabel kontingensi yang ditentukan dan karenanya lingkungan berubah.[14] Perusahaan membutuhkan strategi agar dapat menyesuaikan dengan perubahan pada lingkungan bisnis yang berkelanjutan sehingga menjadi keunggulan kompetitif untuk keberlangsungan usaha dan berkompetisi dengan pesaing. Rumusan dan implementasi strategi perlu dikoordinasikan untuk memastikan bahwa kemampuan perusahaan dan sumber daya digunakan dengan baik untuk mendukung tugas tersebut.[15]

2. Teori Resource Based View

Teori resource based view (RBV) merupakan teori tentang pandangan berbasis sumber daya yang dikemukakan oleh Jay B. Barney. RVB merupakan pandangan berbasis sumber daya yang menyatakan keunggulan berkelanjutan yang berasal dari pengembangan kemampuan dan sumber daya yang unggul. RBV berfokus pada sumber daya internal perusahaan sebagai alat pengorganisasian untuk mengembangkan kompetensi agar unggul bersaing. Dalam RBV memandang bahwa starategi harus dipilih paling terbaik untuk mengeksploitasi sumber daya dan kemampuan internal.[16]

---

[14] Rodney McAdam, Kristel Miller, and Carmel McSorley, "Towards a Contingency Theory Perspective of Quality Management in Enabling Strategic Alignment," *International Journal of Production Economics* 207 (2019): 195–209.
[15] Ghozali, *25 Teori Besar (Grand Theory) Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis.*
[16] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Inovasi produk yang berkualitas memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan sumber daya yang bertujuan meningkatkan kinerja, keberlangsungan hidup perusahaan, dan menciptakan produk yang sulit untuk ditiru. Melalui inovasi tersebut, perusahaan dapat meningkatkan karakteristik dan dapat menggunakan hasil pengalaman dalam proses apakah berhasil atau mengalami kegagalan untuk melihat pengaruhnya terhadap struktur biaya dan pendapatan perusahaan.[17] Menurut Barney sumber daya yang berharga harus dapat melakukan penjualan yang tinggi, biaya rendah, margin tinggi, atau cara lain yang dapat meningkatkan nilai finansial perusahaan.[18]

3. Just in Time

Just in time adalah sebuah pendekatan yang baik bagi manajer dimana perusahaan terus meningkatkan kualitas produk dengan mengeliminasi pemborosan aktivitas yang tidak menambah nilai suatu produk dibawah kontrol manajemen.[19] Penerapan sistem Just in Rime dilakukan dengan bereduksi biaya yang tidak menambah nilai dan meningkatkan kualitas. Konsep JIT menitikberatkan pada sistem produksi dengan menghindari persedian bahan baku, produk proses, dan produk jadi yang terlalu lama tidak bergerak, namun terdapat lima aspek pada konsep Just in Time yang

[17] Freddy Moises Brofman Epelbaum dan Marian Garcia Martinez, "The Technological Evolution of Food Traceability Systems and Their Impact on Firm Sustainable Performance: A RBV Approach," *International Journal of Production Economics* 150 (2014): 215–224.
[18] Ghozali, *25 Teori Besar (Grand Theory) Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis*.
[19] Christine A Swanson dan William M Lankford, "Just-in-Time Manufacturing," *State University of West Georgia Journal* 4, no. 4 (1998): 333–341.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harus diperhatikan yaitu komitmen perusahaan, pembelian bahan baku yang berkualitas pada waktu yang tepat, hubungan dengan pemasok, kualitas, dan para karyawan/pekerja.

Perencanaan dalam Just in Time dimulai dengan komitmen perusahaan mulai dari manajer puncak dan dukungan dari semua aspek organisasi agar proeses operasi berjalan dengan baik. Pada sistem Just in Time kuantitas pembelian bahan baku didasarkan pada kecukupan dalam produksi, maka harus dilakukan peramalan berapa kuantitas yang dibutuhkan agar dapat aegera diproses sehingga dapat mengurangi biaya persediaan yang sebenarnya tidak diperlukan. Pembelian bahan baku didasarkan pada kualitas, ketepatan waktu pengiriman, dan biaya yang rasional.[20]

Just in Time melakukan pengurangan pada jumlah pemasok yang dapat meningkatkan kualitas hubungan antara perusahaan dengan pemasok dan pengurangan kertas kerja sehingga menghemat waktu dan biaya. Perusahaan diuntungkan dengan pengurangan biaya, waktu, dan kesepakatan harga dan pemasok diuntungkan dengan bisnis jangka panjang apabila dapat membangun kualitas hubungan yang baik.

Just in Time menitikberatkan pada kegiatan pencegahan dibanding dengan kegagalan produk. Proses terus disempurnakan agar produk gagal cepat dideteksi dan dapat dilakukan perbaikan dengan cepat. Selain itu

[20] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

para karyawan/pekerja perlu dilakukan pelatihan agar dapat meningkatkan kinerja dan *responsibility*.[21]

4. Activity Based Costing

Activity Based Costing atau yang disingkat menjadi ABC adalah suatu pendekatan dalam menghitung biaya yang berfokus pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan produk dan jasa.[22] ABC memperbaiki keakuratan pembebanan biaya dengan cara menelusuri biaya yang seringkali tidak akurat proporsi pembebanannya kepada produk. Penggunaan ABC merupakan solusi dari penggunaan sistem biaya tradisional yang dinilai tidak efektif karena pembebanan biaya overhead disamaratakan untuk semua produk. Penggunaan ABC cocok digunakan pada perusahaan manufaktur yang memiliki product diversitiy (kergaman produk) yang berarti suatu produk mengonsumsi biaya produksi dengan proporsi yang berbeda-beda.

Biaya akivitas pada ABC dibedakan menjadi aktivitas tingkat unit dan aktivitas tingkat non-unit. Biaya aktivitas tingkat unit adalah konsumsi atas biaya produksi berdasarkan jumlah unit yang diproduksi, sedangkan biaya aktivitas tingkat non-unit adalah konsumsi atas biaya produksi yang tidak terpengaruh pada jumlah unit yang akan diproduksi. Biaya aktivitas non-unit terdiri dari biaya

[21] Ibid.
[22] Nyoman Mariantha, *Manajemen Biaya: Cost Management*, 1st ed. (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2018), accessed December 2, 2020..

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tingkat *batch*, biaya *product sustaining*, dan biaya *facility sustaining.*[23] Biaya tingkat batch merupakan biaya yang mengikuti jumlah batch yang diproduksi seperti penyiapan peralatan produksi. Biaya *product sustaining* adalah biaya yang berubah mengikuti tingkat lini produk seperti biaya penanganan. Biaya *facility sustaining* merupakan biaya yang diperlukan untuk mengoperasikan fasilitas produksi, namun tidak terpengaruh unit, batch, dan lini produk.[24]

Activity Based Costing menggunakan prinsip sebab akibat untuk mengalokasikan biaya ke produk. Sistem biaya berdasarkan aktivitas terdiri dari dua tahapan yaitu menelusuri pemicu aktivitas kepada biaya overhead dan menelusuri biaya overhead atas aktivitas kepada objek biaya.[25] Selain itu sistem biaya berdasarkan aktivitas dapat dicari dengan cara mengidentifikasi aktivitas dan atribut aktivitas yang terjadi pada proses produksi, kemudian membebankan biaya ke aktivitas dengan cara menentukan berapa biaya yang dialokasikan atas aktivitas tersebut, dan yang terakhir adalah membebankan biaya aktivitas ke produk. Tarif aktifitas digunakan untuk menghindari distorsi biaya dalam mengalokasikan biaya aktivitas ke produk. Tarif aktifitas dapat dihitung dengan membagi biaya aktivitas dengan kuantitas pemicu aktivitas.

Penggunaan ABC dalam mengalokasikan biaya akan menjadi akurat terhadap masing-masing produk sehingga harga pokok produksi

[23] Mowen, Hansen, and Heitger, *Dasar-Dasar Akuntansi Manajerial*.
[24] Ibid.
[25] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih realistis dan akurat. Harga pokok produksi yang akurat menjadi salah satu indikator dalam menentukan harga jual sehingga produk-produk yang dihasilkan lebih kompetitif. Selain itu manfaat penggunaan ABC untuk manajer adalah membantu manajer dalam pengambilan keputusan strategis, mengeleminasi atau melakukan perbaikan melalui analisa aktivitas, menentukan biaya-biaya yang kurang relevan sehingga dapat dieleminasi, menentukan aktivitas yang kurang efisien atau tidak bernilai tambah. dan menentukan berapa volume yang perlu diproduksi untuk mencapai BEP (*Break Event Point)*.[26]

5. Konsep Biaya

Menurut Mowen, Hansen, dan Heither (2017), "Biaya adalah sejumlah kas atau setara kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang dan/ jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat dimasa kini maupun masa depan bagi perusaahaan."[27] Menurut Supriyono (2017), "Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (revenues) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan."[28] Biaya diukur dalam satuan mata uang dan dapat dikatakan sebagai beban (*expenses*) ketika biaya telah habis pakai untuk menghasilkan pendapatan. Pada laporan laba rugi, beban dapa digunakan sebagai pengurang pendapatan untuk menghitung laba.

[26] Mariantha, *Manajemen Biaya: Cost Management*.
[27] Mowen, Hansen, and Heitger, *Dasar-Dasar Akuntansi Manajerial*.
[28] R. A. Supriyono, *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya Dan Penentuan Harga Pokok*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Biaya dapat dikalsifikasikan menjadi beberapa kelompok. Klasifikasi biaya dikelompokan sesuai dengan kebutuhan informasi. Biaya perlu diklasifikasikan untuk mengetahui karakteristik biaya agar membantu manajmen dalam menambil keputusan. Secara garis besar, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:[29]

a. Biaya Berdasarkan Perilaku

Klasifikasi biaya berdasarkan pada perilaku yaitu biaya yang didasarkan pada perubahan biaya saat tingkat output berubah. Biaya berdasarkan perilaku dibagi menjadi tiga yaitu biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel. Biaya tetap merupakan biaya yang jumlahnya tetap dari waktu ke waktu walapun jumlah output mengalami kenaikan atau penurunan. Biaya variabel merupakan biaya yang nilai totalnya selalu mengalami perubahan secara sebanding dan searah dengan jumlah output. Biaya semivariabel merupakan biaya yang memiliki biaya tetap dan biaya variabel didalamnya. Biaya ini jumlahnya mengalami perubahan namun tidak sebanding dengan berubahan output. Biaya tetap, variabel, maupun biaya semivariabel tetap dibatasi oleh kisaran relevan.

b. Biaya Berdasarkan Kemudahan Penelurusan

Berdasarkan kemudahan dalam penelusuran biaya terhadap objek biaya, biaya dibagi menjadi biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Biaya langsung adalah biaya

[29] Wiwik Lestari dan Dhyka Bagus Permana, *Akuntansi Biaya Dalam Perpektif Manajerial* Ed 2. (Depok: RajaGrafindo Persada, 2017).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang secara langsung dapat ditelurusi ke objek biaya. Biaya tidak langsung adalah biaya yang sulit ditelurusi ke objek biaya.

c. Biaya Berdasarkan Fungsi

Penggolongan biaya berdasrkan fungsi yaitu berdasrkan fungsi pokok dari kegiatan yang terjadi pada kegiatan perusahaan manufaktur. Umunya biaya digolongkan menjadi biaya produksi dan non produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya non produksi terdiri dari biaya pemasaran, distribusi, administrasi, dan umum.

6. Biaya Kualitas

Biaya kualitas/mutu adalah kas atau setara kas yang dikorbankan oleh perusahaan untuk memenuhi standar dan kurangnya mutu produk, jasa, proses, maupun lingkungan yang dihasilkan yang bertujuan mencapai keunggulan dan kepuasaan atas kebutuhan pelanggan.[30] Menurut Tjiptono dan Diana (2003) dalam Mariantha (2018) kualitas adalah usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen dimana kualitas tersebut dapat berubah sesuai dengan masanya.[31] Kualitas merupakan komponen yang penting dalam sebuah produk maupun jasa yang digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian dan merupakan salah satu kekuatan untuk bersaing. Semakin tinggi kualitas

[30] Nyoman Mariantha, *Manajemen Biaya: Cost Management* Ed 1. (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2018).
[31] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memungkinkan naiknya nilai suatu produk sehingga diikuti harga jual yang semakin tinggi.

Biaya mutu dapat diidentifikasi secara langsung dan secara tersembunyi. Biaya mutu yang dapat diidentifikasi secara langsung adalah biaya mutu yang telah tercantum dalam laporan keuangan. Biaya mutu yang tersembunyi adalah biaya mutu yang muncul ketika kualitas buruk produk maupun jasa yang telah sampai kepada konsumen. Unsur dari biaya mutu dapat berbeda-beda setiap perusahaan tergantung pada sektor apa perusahaan bergerak.

Secara umum, klasifikasi biaya mutu menurut Evan dan Lindsay (2007) dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu biaya pencegahan (*prevention cost*), biaya penilaian (*appraisal cost*), biaya kegagalan internal (*internal failure cost),* dan biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*). [32] Definisi dari biaya-biaya tersebut adalah:

1) Biaya pencegahan (*prevention cost*)

Biaya pencegahan adalah biaya yang timbul untuk mencegah suatu produk atau jasa tidak memenuhi standar mutu produksi. Beberapa biaya mutu yang termasuk pada biaya pencegahan adalah biaya perencanaan kualitas, biaya pengendalian proses, biaya sistem informasi, biaya manajemen umum, dan biaya pelatihan internal maupun eksternal.

2) Biaya penilaian (*appraisal cost*)

[32] R. James Evans dan William M Lindsay, *Pengantar Six Sigma* (Jakarta: Salemba Empat, 2007).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Biaya penilaian adalah biaya yang timbul untuk menilai kelayakan suatu produk atau jasa melalui pengukuran dan analisis dengan tujuan untuk menjaga kesesuaian standar mutu produksi. Beberapa biaya mutu yang termasuk kepada biaya pencegahan adalah biaya pengujian dan inspeksi, biaya pemeliharaan peralatan, dan biaya pengukuran dan pengendalian proses.

3) Biaya kegagalan internal (*internal failure cost)*

Biaya kegagalan internal adalah biaya yang timbul akibat kegagalan produk yang telah diproduksi, namun belum sampai dipasarkan dan sampai ditangan konsumen. Beberapa biaya mutu yang termasuk pada biaya kegagalan internal adalah biaya bahan baku terbuang, biaya pengerjaan ulang, biaya penurunan tingkat, biaya perbaikan, dan biaya kegagalan proses.

4) Biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*)

Biaya kegagalan eksternal adalah biaya yang timbul akibat produk gagal maupun tidak memenuhi mutu telah dipasarkan dan sampai ditangan konsumen. Beberapa biaya mutu yang termasuk biaya kegagalan eksternal adalah biaya penarikan produk, biaya klaim garansi, biaya yang disebabkan oleh keluhan pelanggan, biaya pengembalian, dan biaya pertanggungjawaban produk terkait dengan tuntutan hukum.

Sifat dari biaya mutu berbeda antara perusahaan pada bidang manufaktur dan bidang jasa. Pada bidang jasa, biaya mutu umumnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dialokasikan pada tenaga kerja yang mencapai 75 persen dari total biaya mutu dan pada biaya kegagalan eksternal tidak terlalu relevan seperti biaya klaim garansi pada perusahaan bidang manufaktur.[33]

7. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya langsung maupun biaya tidak langsung yang digunakan untuk memproduksi barang pada perusahaan manufaktur sehingga barang yang diproduksi dapat tersedia untuk dijual.[34] Biaya produksi berkaitan dengan segala fungsi kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk yang selesai. Biaya produksi dibebankan kepada produk yang nantinya akan menjadi harga pokok produksi. Biaya produksi dapat dibagi menjadi tiga yaitu :[35]

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung merupakan harga pokok bahan baku yang digunakan dalam proses produksi, bahan baku memiiki nilai relatif besar. Bahan baku pada biaya ini adalah bahan aku yang langsung digunakan sehingga dapat diobservasi secara fisik untuk mengetahui kuantitas yang digunakan setiap barang. Bahan baku langsung adalah "bahan" yang nantinya akan diolah/diproses menjadi produk selesai. Satuan atau unit dalam bahan baku berbeda dengaan satuan produk jadi tergantung pada jenisnya. Misalnya, untuk memproduksi satu

[33] Ibid.
[34] Mowen, Hansen, dan Heitger, *Dasar-Dasar Akuntansi Manajerial*.
[35] Baru Harahap dan Tukino, *Akuntansi Biaya* (Batam: Batam Publisher, 2020).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

buah produk baju diperlukan 1,5 unit bahan baku kain karena satuan kain berupa meter sedangkan untuk satuan produk jadi berupa baju adalah per buah.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung yaitu balas jasa perusahaan atas jasa yang diberikan oleh karyawan pada proses produksi secara langsung. Para karyawan pabrik pada tenaga kerja langsung mengubah bahan baku menjadi barang jadi. Tenaga kerja ini dapat diidentifikasi atau ditelurusuri untuk mengukur berapa tenaga kerja langsung ang digunakan pada produk. Tenaga kerja tidak langsung tidak dapat dimasukan pada biaya produksi karena tidak menghasilkan barang jadi, namun tenaga kerja tidak langsung diperlukan oleh perusahaan karena berkontribusi pada proses produksi secara keseluruhan.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead adalah biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya ini merupakan biaya yang secara tidak langsung ada pada proses produksi. Biaya overhead pabrik sulit untuk ditelusuri pembebanannya terhadap objek biaya oleh karena itu terdapat metode pembebanan untuk mengetahui proporsi pembebanan biaya terhadap produk. Contoh pada biaya overhead pabrik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya listrik pabrik, dan lain-lain.

8. Penjualan

Penjualan merupakan sumber pendapatan utama bagi perusahaan di bidang produksi barang, pendapatan tersebut berasal dari nilai yang diberikan oleh konsumen atas pembelian produk.[36] Keterangan mengenai penjualan bersih perusahaan pada laporan keuangan terdapat pada laporan laba rugi pada akun penjualan. Penjualan merupakan hasil dari berapa kuantitas produk yang terjual dikalikan dengan harga jual produk dan setelah dikurangi dengan potongan lainnya sepersti diskon penjualan. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi penjualan seperti harga jual, kualitas produk, kepercayaan pelanggan, startegi perusahaan, dan lain-lain.

Dalam menentukan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi mulai dari biaya produksi, biaya operasional, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian secara umum, elestisitas harga produk, dan sebagainya.[37] Harga jual tersebut terdiri dari biaya produksi, biaya non produksi, dan laba (*mark-up*) yang dinginkan oleh perusahaan. Maka

[36] Yayah Pudin Shatu, *Kuasai Detail Akuntansi Laba Dan Rugi* (Jakarta: Pustaka Ilmu Semesta, 2016).
[37] Rudianto, *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen* (Jakarta: Grasindo, 2006).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penetapan harga jual dapat disesuaikan dengan target keutungan yang akan dicapai.

Sedangkan untuk meningkatkan performa perusahaan dalam meningkatkan penjualan, perusahaan perlu mengembangan strategi-strategi yang menciptakan efek sinergis. Pada penelitian Wales el al. (2018), terdapat beberapa startegi untuk meningkatkan penjualan yaitu *market orientation*, *enterpreunal orientation*, dan *learning orientation*.[38] Market orientation berorientasi kepada pasar dan konsumen, *enterpreunal orientation* berorientasi kepada produk dan inovasi produk, dan *learning orientation* berorientasi kepada bagaimana perusahaan menggunakan pengetahuan untuk mempelajari asumsi dan kepercayaan konsumen.

Strategi-startegi tersebut bekerja saling melengkapi satu sama lain. Perusahaan harus mampu memahami tentang konsumen, pesaing, tren, produk yang berkualitas, dan inovasi produk. Walaupun dalam mengembangkan inovasi produk yang berkualitas membutuhkan biaya lebih tinggi dan memiliki risiko kegagalan tinggi, starategi tersebut dinilai paling bertanggungjawab pada pertumbuhan penjualan.[39] Kualitas produk sendiri memiliki hubungan yang positif terhadap kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.[40] Kepercayaan konsumen

[38] William Wales et al., "Orienting toward Sales Growth ? Decomposing the Variance Attributed to Three Fundamental Organizational Strategic Orientations," *Journal of Business Research* (2018): 1–13.
[39] Ibid.
[40] Mary Susan, Linda K Ferrell, dan Debbie Thorne, "Consumer's Trust of Salesperson and Manufacturer : An Empirical Study" 51 (2001): 73–86.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap perusahaan dapat dipupuk dengan kepuasan pembelian, keahlian dan ketrampilan tenaga penjual, *campaign*, perhatian etis perusahaan, dan lain sebagainya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang relevan dengan penelitian penulis yang telah dilakukan. Pada penelitian ini berkaitan dengan pengaruh biaya kualitas dan biaya produksi terhadap penjualan. Penelitian terdahulu digunakan penulis sebagai acuan dalam menganalisis data dan menghindari kesamaan antar peneliti. Berikut merupakan penelitian-penelitian terdahulu:

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Ridel Tambingon, Herman Karamo, Sonny Pangerapan (2020)	Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan PT. Putra Karangetang	Meneliti mengenai biaya kualitas.	1. Terdapat perbedaan dalam metode analisis. 2. Terdapat variabel lain yang diteliti
2.	Dinaroe, Syarifah Umaira, Fazli Syam BZ (2018)	Cost of Quality Analysis on Tailors' Industry in Aceh	Meneliti mengenai biaya kualitas.	1. Terdapat perbedaan dalam metode analisis. 2. Terdapat variabel lain yang diteliti.
3.	Suci Rahmawati, Sunandar, Hetika (2014)	Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Air Bersih Terhadap Laba Pada Perusahaan Daerah Air Bersih Tirta Utama Provinsi Jawa Tengah	Meneliti variabel bebas biaya produksi.	1. Terdapat variabel bebas lain yang diteliti oleh penulis 2. Pada penelitian tersebut meneliti laba sebagai variabel terikat, sedangkan pada penelitian penulis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

				mengguakan penjualan sebagai variabel terikat. 3. Penulis menggunakan objek yang berbeda yaitu perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.
4.	Slamet Heri Winarno (2015)	Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Keuntungan Perusahaan (Studi Kasus Pada Cv. Meranti Manunggal Furniture)	Meneliti variabel biaya kualitas	1. Terdapat variabel bebas lain yang diteliti oleh penulis. 2. Terdapat perbedaan variabel terikat yang diteliti. 3. Terdapat perbedaan objek yang diteliti.
5.	Silvia Ann Rupaida dan Deden Edwar Yokeu Bernardin (2016)	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pt. Ultrajaya Milk Industry Tbk.	Meneliti variabel bebas biaya produksi dan meneliti variabel terikat penjualan.	1. Terdapat variabel bebas lain yang diteliti oleh penulis 2. Penulis menggunakan objek yang berbeda yaitu perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI
6.	Hartanti (2016)	Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan Pada PT Shindengen Indonesia	Meneliti biaya produksi sebagai variabel bebas dan penjualan sebagai variabel terikat.	1. Terdapat variabel bebas lain yang tidak terdapat pada penelitian tersebut. 2. Terdapat perbedaan pada objek yang diteliti, penulis meneliti pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI
7.	Retno Martanti Endah Lestari dan Muhammad	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Penjualan Pada PT Mitra Sejati Mulia Industri	Meneliti variabel bebas biaya kualitas dan variabel terikat	1. Terdapat variabel bebas lain yang diteliti oleh penulis 2. Penulis menggunakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Mahdi Hakim (2014)		penjualan.	objek yang berbeda yaitu perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.
8.	Harmelia dan Devi Edriani (2019)	Analisis Pengaruh Biaya Mutu Terhadap Penjualan Produk (Studi Kasus: Pusat Oleh-Oleh Minang Di Kota Padang)	Meneliti variabel bebas biaya kualitas dan variabel terikat penjualan	1. Terdapat variabel bebas lain yang diteliti oleh penulis 2. Penulis menggunakan objek yang berbeda yaitu perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.
9.	Felicia, Robinhot Gultom (2018)	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2015	Meneliti variabel biaya kualitas dan produksi	1. Terdapat perbedaan pada variabel terikat, pada penelitian tersebut meneliti laba bersih, sedangkan penelitian penulis meneliti penjualan 2. Objek berupa perusahaan manufaktur yang terdafar di BEI sedangkan penulis meneliti pada objek perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI
10.	Rilla Gantino dan Erwin (2010)	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada PT. Guardian Pharmatama	Meneliti variabel bebas biaya kualitas dan variabel terikat penjualan.	1. Terdapat variabel bebas lain yang diteliti oleh penulis 2. Penulis menggunakan objek yang berbeda yaitu perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara atas pertanyaan yang tercantum pada rumusan masalah.[41] Berdasarkan uraian teori diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan

   Biaya kualitas merupakan biaya yang melekat pada usaha perusahaan untuk membuat suatu produk yang berkualitas atau mencapai standar produk. Biaya kualitas digunakan perusahaan sebagai umpan balik bagaimana kinerja perusahaan untuk mempertahankan kualitas produk. Jika produk yang dihasilkan berkualitas sesuai dengan standar kualitas maka akan memperbesar peluang untuk produk tersebut dapa terjual.[42] Menurut Harmelia dan Edriani pada tahun 2019, dengan meningkatknya biaya kualitas maka penjualan akan mengalami peningkatan.[43] Sejalan dengan penelitian Lestari dan Hakim pada tahun 2014, kenaikan penjualan dipengaruhi oleh biaya kualitas.[44] Hal itu dikarenakan biaya kualitas sebagai cerminan atas bagaimana perusahaan menciptakan produk yang berkualitas sebagai strategi keunggulan bersaing.

---

[41] Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi* (Medan: UMSU Press, 2014).

[42] Tambingon, Karamoy, dan Pangarepan, "Analisis Pengaruh Biaya Kualitas dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan PT Putra Karangetang."

[43] Harmelia dan Edriani, "Analisis Pengaruh Biaya Mutu Terhadap Penjualan Produk (Studi Kasus: Pusat Oleh-Oleh Minang di Kota Padang)."

[44] Retno Martanti Endah Lestari dan Muhammad Mahdi Hakim, "Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Penjualan pada PT Mitra Sejati Mulia Industri," *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)* 6, no. 2 (2014): 34–41.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Biaya kualitas perusahaan yang berkomitmen dengan kualitas produk menitik beratkan pada biaya pencegahaan sehingga dapat mengurangi kegagalan produk sehingga dapat memperluas pasar dan peluang penjualan serta dapat mengurangi kerugian yang akan berakibat menurunnya keuntungan perusahaan. Sesuai dengan teori kontingensi yakni perusahaan dapat menggunakan strategi berupa produk yang berkualitas untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu menigkatkan penjualan, serta teori *resource based view* yaitu memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk melakukan startegi keunggulan bersaing. Namun dalam melaksanakan program kualitas tersebut perusahaan tetap perlu mengontrol bagaimana distribusi dan pembebanan biaya kualitas dan memangkas biaya yang tidak menambah nilai produk.

H1 : Biaya kualias berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

2. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan

Biaya produksi merupakan seluruh biaya yang digunakan untuk memproduksi suatu produk. Biaya dikategorikan sebagai biaya produksi ketika biaya-biaya tersebut berkontribusi langsung terhadap produk. Biaya produksi tersebut terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenanga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Bagaimana perusahaan dalam mengalokasikan biaya produksi akan mempermudah perusahaan dalam menentukan harga jual yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kompetitif. Harga jual yang kompetitif merupakan startegi keunggulan bersaing. Menurut Felicia dan Gultom pada tahun 2018, biaya produksi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih yang dikarenakan biaya produksi yang semakin meningkat akan menghasilkan peningkatan volume produksi sehingga penjualan akan mengalami peningkatan.[45] Perusahaan harus melakukan kontrol atas biaya produksi sehingga sesuai dengan proporsi penggunaan dan hasil produksi agar informasi yang dihasilkan akurat, sehingga informasi tersebut dapat membantu manajemen dalam menentukan harga jual sebagai strategi keunggulan bersaing. Sesuai dengan teori kontijensi strategi sebagai faktor kontijensi dan teori resource based view yaitu strategi keunggulan bersaing dapat dimaksimalkan dengan kekuatan internal.

H2 : Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

3. Pengaruh Biaya kualitas dan Biaya Produksi terhadap Penjualan

Dari pemaparan pada pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan dan pengaruh biaya produksi terhadap penjualan dan menurut teori kontingensi dan resource based view apabila biaya kualitas dan biaya produksi dapat dikombinasikan dengan baik akan mencapai keunggulan bersaing. Sejalan dengan penelitian Felicia dan Gultom pada tahun 2018, biaya produksi dan biaya kualitas

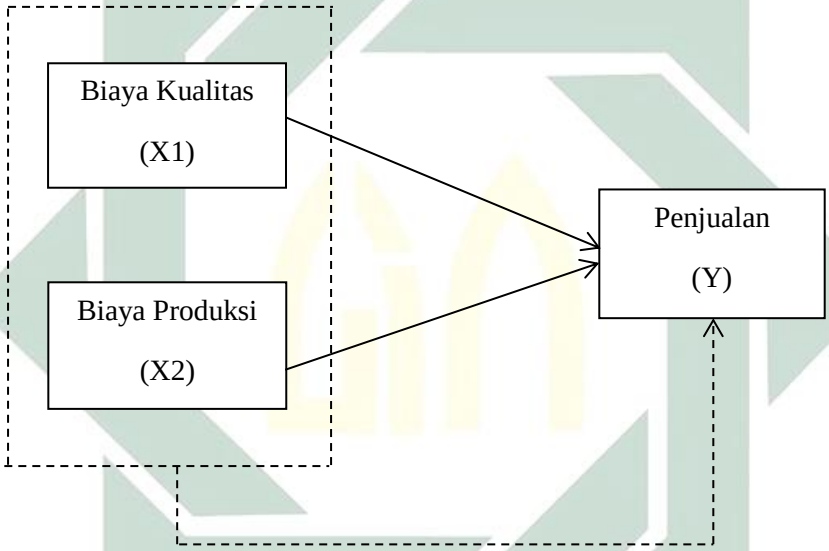
[45] Felicia dan Robinhot Gultom, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek," *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix* 1, no. 1 (2018): 1–12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih dengan meningkatknya peluang pada pangsa pasar.

H3 : Biaya kualitas dan biaya produksi berpengaruh secara simultan terhadap penjualan.

2.4 Kerangka Konsepual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

⟶ : Secara parsial

- - - - - - - - - - > : Secara simultan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian menurut kedudukan variabel yaitu penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif menurut Muslich Anshori dan Sri Iswati adalah "penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih".[46] Hubungan antar variabel penelitian pada penelitian ini adalah menggunakan hubungan kausal. Hubungan kausal merupakan hubungan sebab akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.[47] Pada penelitian ini Biaya Kualitas dan Biaya Produksi merupakan variabel bebas dan Penjualan merupakan variabel terikat.

3.2 Waktu dan Tempat

Penelitian ini akan dilakukan pada akhir bulan Juni hingga Agustus 2021. Penelitian ini akan dilaksanakan di rumah pribadi penulis

[46] Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metode Penelitian Kuantitatif. Edisi 2* (Surabaya: Airlangga University Press, 2017).
[47] Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep Dan Aplikasi* (Medan: UMSU Press, 2014) .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikarenakan menggunakan objek penelitian dari sektor perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Muslich Anshori dan Sri Iswati "Populasi adalah totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam wilayah penelitian".[48] Populasi merupakan seluruh subjek maupun objek yang ada pada penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2019.

Menurut Muslich Anshori dan Sri Iswati "Sampel adalah wakil-wakil dari populasi". [49] Sampel merupakan unsur yang akan diteliti yang diambil dari populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Kriteria sampel yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia minimal sejak tahun 2018 hingga 2019 pada subsektor makanan dan minuman.
2. Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan tahunan pada periode 2018 hingga 2019 dan dapat diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia.

[48] Anshori dan Iswati, *Metode Penelitian Kuantitatif. Edisi 2*.
[49] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Menyajikan secara lengkap data yang diperlukan oleh penulis dan disajikan dengan mata uang rupiah.

Tabel 3.1 Kriteria Penentuan Sampel

Kriteria	Jumlah
Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI	25
Perusahaan yang tidak terdaftar di BEI minimal pada tahun 2018	(4)
Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan periode 2018-2019	(0)
Menggunakan mata uang selain rupiah	(0)
Total Sampel	21
Periode Tahun Pengamatan	2
Jumlah Sampel yang Digunakan	42

Berdasarkan kriteria pada tabel diatas, maka jumlah sampel yang akan diteliti pada penelitian ini dari total populasi sebanyak 25 perusahaan adalah sebanyak 21 perusahaan dengan rentang penelitian dua tahun, sehingga total seluruh sampel adalah 42.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini menggunakan dua macam variabel yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel-variabel tersebut diantara lain adalah:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. **Variabel Bebas (X)**

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang nilainya dapat berubah dan dapat mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas mengakibatkan adanya perbedaan atau perubahan hasil pada variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu Biaya Kualitas dan Biaya Produksi.

2. **Variabel Terikat (Y)**

Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat merupakan hasil pengaruh atau perubahan atas perlakuan dari variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Penjualan.

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk bagaimana konsep variabel penelitian dituangkan ke isntrumen penelitian yang dapat diukur.[50] Definisi operasional dapat diartikan sebagai cara peneliti menguraikan variabel agar dapat diukur sesuai dengan teori yang ada. Definisi operasional digunakan untuk membatasi penelitian sehingga dapat menghindari perbedaan penafsiran dan kesalahan pemahaman dalam

[50] Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel-varibael pada penelitian. Definisi operasional pada penelitian ini adalah:

1. **Variabel Bebas (X)**

   Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu biaya kualitas dan biaya produksi:

   a. Biaya Kualitas

   Biaya kualitas diartikan sebagai biaya yang melekat pada usaha atau aktivitas perusahaan dalam mempertahankan dan menjaga kualitas produk yang sesuai dengan standar perusahaan. Dalam penelitian ini biaya kualitas diukur dengan biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal yaitu biaya *research and development*, biaya perbaikan dan pemeliharaan, biaya jasa tenaga ahli, biaya *guarantee and repair*, barang rusak, diskon, dan retur yang tercantum pada catatan atas laporan keuangan pada laporan laba rugi.

   b. Biaya Produksi

   Biaya produksi diartikan sebagai biaya yang digunakan untuk memproduksi suatu produk. Pada penelitian ini biaya produksi diukur dengan menjumlah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang tercantum pada catatan atas laporan keungan pada laporan laba rugi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. **Variabel Terikat (Y)**

Penelitian ini menggunakan variabel terikat penjualan. Penjualan diartikan sebagai pendapatan perusahaan yang berasal dari hasil penjualan produk kepada konsumen. Pada penelitian ini variabel terikat penjualan akan diukur berdasarkan penjualan bersih (*net sales*) yang tercantum pada laporan laba rugi.

3.6 Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain. Data sekunder bukanlah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti, melainkan data yang telah diolah oleh pihak lain dan siap digunakan untuk penelitian. Data sekunder dapat berupa dokumen. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2019 yang dapat diakses melalui situs resmi BEI.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan metode studi dokumentasi. Teknik pengumpulan dengan studi dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data historis yang diperoleh dari pihak lain.[51] Pada penelitian ini data-data yang diperlukan diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang telah diterbitkan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2019 dan dapat diakses melalui situs resmi BEI.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan bagaimana penulis mengolah informasi data sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini dapat terjawab. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan yaitu:

1. Analisis Statistik Deskriptif

   Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengumpulkan, meringkas, dan menyajikan data melalui pendeskripsian sehingga informasi yang diperoleh mudah untuk dipahami.[52] Informasi yang diperoleh dapat berupa pemusatan data, penyebaran data, kecenderungan suatu gusus data, maupun letak kuartil. Analisis deskriptif digunakan untuk mempermudah dalam menjabarkan variabel-variabel dalam penelitian ini.

2. Uji Asumsi Klasik

   Uji asusmsi klasik merupakan persyaratan statistik dengan melakukan pengujian data yang bertujuan untuk menentukan apakah

[51] Juliandi, Irfan, dan Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep Dan Aplikasi*.
[52] Saiful Ghozi dan Aris Sunindyo, *Statistik Deskriptif Untuk Ekonomi*, ed 1. (Yogyakarta: Deepublish, 2015).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data yang diperoleh layak untuk dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menghindari biasnya data penelitian dan memberikan kepastian bahwa analisis regresi linier berganda tersebut telah layak. Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian dengan jenis data panel ini adalah:[53]

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah data yang akan diteliti berdistribusi normal atau tidak. Data yang digunakan seharusnya berdistribusi normal untuk dapat diuji. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji P-P Plot dan uji one-sample Kolmogorov-Sminov. Data penelitian dikatakan terdistribusi normal apabila grafik yang dihasilkan pada uji P-Plot yaitu titik-titik plot yang dihasilkan mengikuti garis diagonal dan nilai signifikasi KS ≥0,05.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain adalah berbeda maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang layak adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode scatterplot. Model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik pada output diagram scatterplot

[53] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariant Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak membentuk suatu pola yang jelas (melebar, melengkung, mengerucut, dll) dan menyebar dibawah dan diatas angka 0 dan sumbu Y.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan pengukur hubungan untuk mengetahui dan menganalisis arah pengaruh antara minimal dua variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini digunakan regresi linier berganda untuk mengetahui arah pengaruh variabel bebas biaya kualitas dan biaya produksi terhadap variabel terikat yaitu penjualan.

Persamaan regresi linier pada penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Penjualan

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi variabel biaya kualitas

X_1 : Biaya Kualitas

β_2 : Koefisien regresi variabel biaya produksi

X_2 : Biaya Produksi

e : *Standard Error*

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengambil keputusan apakah menolak atau menerima hipotesis dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian. Pada penelitian ini menggunakan pengujian hipotesisi dua arah (*two tailed*). Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial. Apakah terdapat pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Parameter pada uji t adalah:[54]

1. Apabila nilai *Sig* ≤ 0,05, maka variabel bebas memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara parsial.
2. Apabila nilai t hitung ≥ t tabel, maka variabel bebas memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara parsial.

b. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menguji hipotesis secara simultan. Apakah terdapat pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Apakah terdapat pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Parameter pada uji F adalah:[55]

1. Apabila nilai *Sig* ≤ 0,05, maka variabel bebas memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara simultan.

[54] Ibid.
[55] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Apabila nilai F hitung ≥ F tabel, maka variabel bebas memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara simultan.

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah uji untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas dalam mempengaruhi dan menjelaskan variabel terikat. Uji koefisien determinasi diukur dengan uji R^2 dengan parameternya adalah apabila nilai R^2 mendekati 1 maka variabel bebas semakin mampu untuk mempengaruhi dan menjelaskan variabel terikat. Sebaliknya, apabila apabila nilai R^2 mendekati 0 maka variabel bebas semakin tidak mampu untuk mempengaruhi dan menjelaskan variabel terikat.[56]

[56] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2019 dan telah mempublikasikan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit oleh auditor di situs IDX.

2. Karakteristik Sampel Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan karakteristik perusahaan makanan dan minuman yang telah terdaftar minimal pada tahun 2018-2019 sebanyak 21 perusahaan dari total populasi sebanyak 25 perusahaan makanan dan minuman, sehingga total keseluruhan berjumlah 42 sampel penelitian.

4.2 Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjabarkan data yang terlah terkumpul secara deskripitif dengan melihat nilai minimum data, nilai maksimum data, rata-rata data, dan standar deviasi dari variabel penjualan, biaya kualitas, dan biaya produksi. Analisis deskriptif tidak bertujuan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggeneralisasi atau membuat kesimpulan akhir. Dari data satu variabel dependen dan dua variabel independen, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penjualan (Y)	42	62,720,091,934	76,592,955,000,000	8,899,155,451,506.21	17,715,230,120,578.970
Biaya Kualitas (X1)	42	1,750,143,937	1,046,123,144,935	194,707,177,134.45	323,293,827,149.131
Biaya Produksi (X2)	42	45,870,818,850	52,470,847,000,000	6,109,226,146,577.36	12,208,496,186,704.680

Sumber : Data Diolah Peneliti dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui variabel dependen penjualan (Y) memiliki sampel sebanyak 42 sampel. Nilai minimum pada variabel penjualan dimiliki oleh PT Prima Cakrawala Tbk (PCAR) yaitu 62,720,091,934 pada tahun 2019. Nilai maksimum pada variabel penjualan dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) yaitu 76,592,955,000,000 pada tahun 2019. Nilai standar deviasi yaitu 17,715,230,120,578.970 lebih besar dibanding nilai rata-rata yaitu 8,899,155,451,506.21 hal ini menujukan bahwa data variabel penjualan memiliki variasi yang tinggi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Variabel independen biaya kualitas (X1) memiliki sampel sebanyak 42 sampel. Nilai minimum pada variabel biaya kualitas yaitu 1,750,143,937 yang dimiliki oleh PT Pratama Abadi Nusa Industri Tbk (PANI) pada tahun 2019. Nilai maksimum pada variabel biaya kualitas yaitu 1,046,123,144,935 yang dimiliki oleh PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) pada tahun 2018. Nilai standar deviasi pada variabel biaya kualitas yaitu 323,293,827,149.131 lebih besar dibanding dengan nilai rata-rata yaitu 194,707,177,134.45, hal ini menunjukan bahwa data variabel biaya kualitas memiliki variasi yang tinggi.

Pada variabel independen biaya produksi (X1) memiliki jumlah sampel sebanyak 42 sampel. Nilai minimum pada variabel biaya produksi yaitu 45,870,818,850 yang dimiliki oleh PT Prima Cakrawala Tbk (PCAR) pada tahun 2019. Nilai maksimum pada variabel biaya produksi yaitu 52,470,847,000,000 yang dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) pada tahun 2019. Nilai standar deviasi pada variabel biaya produksi adalah 12,208,496,186,704.680 lebih besar disbanding dengan nilai rata-rata yaitu 6,109,226,146,577.36, hal ini menunjukan bahwa data variabel biaya produksi memiliki variasi yang tinggi.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan regresi yang digunakan. Hasil dari uji asumsi klasik pada penelitian ini yakni:

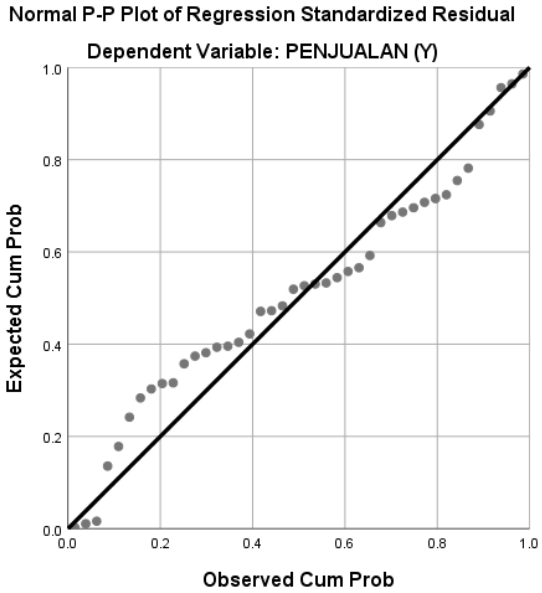
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah data yang akan diteliti berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini mengunakan uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* dan P-P Plot. Ketentuan penilaian pada uji ini yakni nilai signifikasi KS ≥005 dan grafik pada P-P Plot titik-titik yang dihasilkan mengikuti garis diagonal.

Gambar 4.1

Hasil P-P Plot



Sumber: Data Diolah Peneliti dengan SPSS 25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.2

Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.050

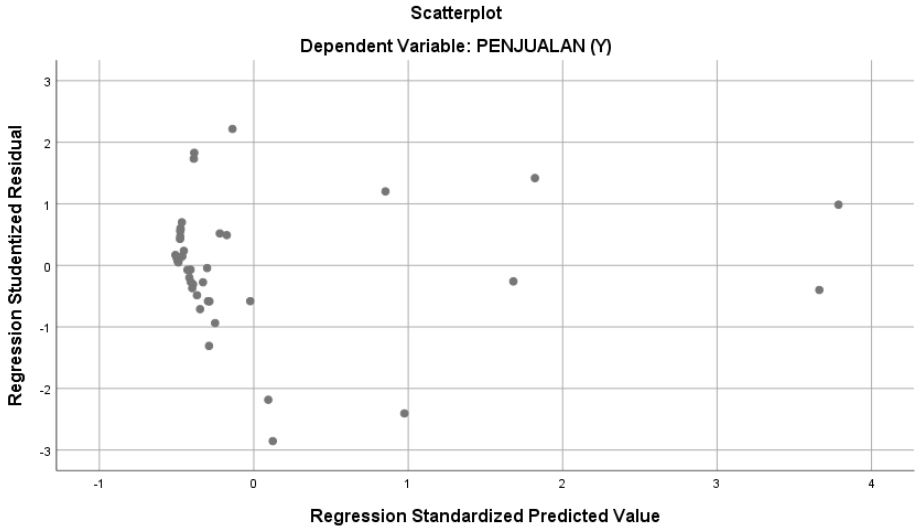
Sumber: Data Diolah Peneliti dengan SPSS 25

Dari gambar 4.1 dan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa penyebaran titik-titik pada P-P Plot mengikuti garis diagonal dan nilai Kolmogorov Smirnov yaitu 0.05 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi dengan normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas dengan metode *scatterplot*. Ketentuan pada uji ini adalah titik-titik pada output diagram scatterplot tidak membentuk suatu pola yang jelas (melebar, bergelombang, mengerucut, dll) dan berada dibawah dan diatas angka 0 dan sumbu Y. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini yakni:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Sumber: Data Diolah Peneliti dengan SPSS 25

Gambar 4.2
Hasil Scatterplot

Dari gambar 4.1 dari hasil *scatterplot* menunjukan bahwa tidak terdapat pola yang jelas seperti melebar, menyempit, atau bergelombang dan beradar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Dari hasil tersebut maka dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang merupakan analisis dua variabel independen yaitu biaya kualitas dan biaya produksi terhadap variabel independen penjualan. Penelitian ini menggunakan data panel yang merupakan gabungan dari data *time series* dan *data cross section*. Berikut adalah hasil koefisien dari tabel regresi yang digunakan dalam persamaan regresi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstd Coefisien		Std Coefficient	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-162,434,699,614.939	165,838,236,843.037		-0.979	0.333
Biaya Kualitas (X1)	2.200	0.552	0.040	3.987	0.000
Biaya Produksi (X2)	1.413	0.15	0.974	96.685	0.000

Sumber : Data Diolah Peneliti dengan SPSS 25

Persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan pada tabel 4.2 adalah sebagai berikut:

PENJ = -162,434,699,614.939 + 2.200 BK + 1.413 BP + *e*

Keterangan :

PENJ : Penjualan

BK : Biaya Kualitas

BP : Biaya Produksi

e : Error

Dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Konstanta dengan nilai -162,434,699,614.939 memiliki arti bahwa variabel dependen penjualan akan bernilai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

-162,434,699,614.939 apabila variabel independen biaya kualitas dan biaya produksi bernilai konstan.

2. Variabel independen Biaya Kualitas (X1) memiliki nilai koefisien pada persamaan regresi yaitu 2.200 yang memiliki arti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel Biaya Kualitas dengan asumsi yang lain tetap, maka Penjualan akan mengalami kenaikan sebesar 2.200.
3. Variabel independen Biaya Produksi (X2) memiliki nilai koefisien pada persamaa regresi yaitu 1.413 yang memiliki arti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel Biaya Produksi dengan asumsi yang lain tetap, maka Penjualan akan mengalami kenaikan sebesar 1.413.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah uji yang dilakukan untuk mengambil keputusan apakah menolak atau menerima hipotesis dalam penelitian. Uji hipotesis dilakukan secara parsial dan simultan.

a. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis parsial adalah uji yang digunakan untuk mengambil keputusan secara parsial yaitu pengaruh yang diberikan masing-masing dan variabel independen yaitu biaya kualitas terhadap variabel dependen penjualan dan variabel independen biaya produksi terhadap variabel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dependen penjualan. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai signifikasi dan membandingkan nilai t tabel dan t hitung. Kriteria pada uji t adalah:

1. H1 diterima apabila nilai t hitung ≥ t tabel
2. H1 diterima apabila nilai *Sig* ≤ 0.05

Tabel 4.4
Hasil Uji t

t-Test		
Variabel	**t**	**Sig**
Biaya Kualitas (X1)	3.987	0.000
Biaya Produksi (X2)	96.685	0.000

Sumber: Data Diolah Peneliti dengan SPSS 25

Dari hasil nilai t dan signifikasi pada tabel 4.6 dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Biaya Kualitas memiliki nilai t hitung sebesar 3.987 yang lebih besar dibanding t tabel yaitu 2.023 dan memiliki nilai Sig kurang dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima atau variabel independen biaya kualitas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen penjualan.
2. Biaya Produksi memiliki t hitung sebesar 96.685 yang lebih besar dibanding t tabel yaitu 2.023 dan memiliki nilai Sig kurang dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H2 diterima atau variabel independen biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen penjualan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan adalah uji yang dilakukan untuk mengambil keputusan secara simultan yaitu pengaruh yang diberikan secara bersama-sama oleh variabel independen biaya kualitas dan biaya produksi terhadap variabel dependen penjualan. Kriteria pada uji F yakni:

1. H1 diterima apabila nilai F hitung ≥ F tabel
2. H1 diterima apabila nilai *Sig* ≤ 0.05

Tabel 4.5
Hasil Uji F

ANOVA		
Variabel	**Sig**	**F**
Biaya Kualitas (X1)	0.000	7783.891
Biaya Produksi (X2)		

Sumber: Data Diolah Peneliti dengan SPSS 25

Dari hasil uji F pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai Sig kurang dari 0.05 dan nilai F hitung adalah 7783.891 dimana lebih besar dibanding nilai F tabel yaitu 3.23. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen biaya kualitas dan biaya produksi secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen penjualan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas dalam mempengaruhi dan menjelaskan variabel terikat. Jika

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nilai R^2 mendekati 1, maka semakin mampu variabel independen dalam mempengaruhi variabel independen dan informasi yang dibutuhkan oleh variabel dependen hampir terpenuhi oleh variabel independen.

Tabel 4.6
Hasil Uji R Square

R Square	
Variabel	**R Square**
Biaya Kualitas (X1)	0.998
Biaya Produksi (X2)	
Penjualan (Y)	

Sumber: Data Diolah Peneliti dengan SPSS 25

Dari hasil tabel 4.8 dapat diketahui nilai R Square yaitu 0.998 atau 99,8%. Hal tersebut memiliki kesimpulan bahwa sebesar 99.8% variabel dependen penjualan dipengaruhi oleh variabel independen biaya kualitas dan biaya produksi secara simultan, dan 0,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti pada penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis , teori, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, maka pada bab ini peneliti akan memaparkan bagaimana pengaruh biaya kualitas dan biaya produksi terhadap penjualan dengan studi empiris pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2019.

Berdasarkan pada teori kontingensi yaitu dalam memimpin dan mengatur suatu perusahaan serta mengambil keputusan tidak ada suatu cara yang terbaik yang dapat disamaratakan pada seluruh perusahan, melainkan bergantung pada situasi dan kondisi masing-masing perusahaan, dengan kata lain teori kontingensi menyatakan bahwa cara-cara optimal dapat digunakan dengan menyesuaikan bagaimana karakteristik perusahaan dan melihat situasi lingkungan. Pada teori kontingensi menjelaskan bagaimana faktor-faktor penentu efektivitas suatu perusahaan, efektivitas secara luas didefinisikan sebagai bagaimana organisasi berdaptasi dan mencapai keberlangsungan usaha dengan menggunakan beberapa strategi.

Pada teori kontingensi dapat menggunakan dan mengkombinasikan beberapa strategi untuk memaksimalkan kinerja perusahaan, profitabilitas, kepuasan konsumen, dan posisi pasar sesuai dengan situasi. Strategi digunakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mencari tahu bagaimana adaptasi yang paling baik dengan perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis dibanding dengan pesaing. Kesesuaian antara strategi yang digunakan dengan lingkungan dapat menjadi suatu keunggulan perusahaan, namun dalam merumuskan strategi dan pengimplementasiannya perlu koordinasi dengan baik agar sumber daya yang digunakan tepat dalam mendukung strategi tersebut.

Sejalan berdasarkan teori *resource based view* sumber daya dimanfaatkan untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan mengembangkan sumber daya yang unggul. Dalam teori *resource based view* mengatakan bahwa perusahaan menggunakan startegi yang paling baik dalam pemanfaatan sumber daya untuk memberikan keunggulan kompetitif. memaksimalkan kekuatan internal dalam mengeksploitasi lingkungan eksternal, meminimalisir klemahan internal, dan menetralisir ancaman dari lingkungan eksternal dapat digunkan sebagai usaha perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing. Dalam teori resource based view sumber daya dikatakan berharga apabila dapat menekankan perusahaan dalam menerapkan strategi yang meningkatkan efektivitas dn efisiennya. Sumber dayayang berharga memungkinkan perusahaan untuk melakukan perilaku yang mengarah pada penambahan nilai financial perusahaan yaitu penjualan yang tinggi, biaya yang rendah, memperoleh margin yang tinggi, dan lain-lain. Sumber daya perlu diatur dan dikoordinasikan secara efektif dan efisien untuk mencipatakan dan menambah nilai guna suatu barang maupun jasa yang sesuai dengan tujuan perusahaan dengan menggunakan fungsi-fungsi manajemen. Dalam proses pemanfaatan sumber daya akan menghasilkan informasi mengenai biaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu barang maupun jasa yang dapat digunakan sebagai informasi bagi perusahaan untuk mengambil keputusan strategis.

5.1 Pengaruh Biaya Kualitas secara signifikan terhadap Penjualan

Biaya kualitas adalah biaya yang muncul karena usaha perusahaan dalam memproduksi produk yang berkualitas sesuai dengan standar kualitas maupun biaya yang muncul karena terdapat produk yang gagal.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yang telah dibahas pada Bab IV Hasil Peneltian, didapatkan hasil uji t bahwa H1 diterima yakni terdapat pengaruh signifikan yang diberikan biaya kualitas terhadap penjualan. Biaya kualitas dilihat dari segi *financial* merupakan cerminan atas komitmen perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas.

Biaya kualitas digunakan manajer dalam mengindentifikasi masalah mengenai kualitas produk dan melihat apakah biaya kualitas terdistribusi dengan baik atau tidak. Perusahaan perlu menggunakan dan mengembangkan biaya stratejik pada biaya kualitas agar menjadi strategi keunggulan bersaing. Just in time merupakan salah satu strategi dalam biaya yang mendefinisikan bahwa perusahaan terus meningkatkan kualitas produk dengan mengeliminasi pemborosan aktivitas yang tidak menambah nilai suatu produk dan activity based costing mendefiniskan bahwa biaya diidentifikasi menggunakan proporsi aktivitas yang dipakai sehingga pembebanan biaya lebih efektif dan tepat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Biaya kualitas akan mencerminkan produk yang berkualitas pada perusahaan yang berkomitmen akan usaha mempertahankan dan meningkatkan kualitas yang dihasilkan pada biaya pencegahan dan penilaian yang lebih besar dibanding biaya gagalnya produk karena seharusnya biaya kualitas lebih disitribusikan kepada biaya pencegahan dan penilaian. Biaya pencegahan dan penilaian yang lebih besar dibanding dengan biaya kegagalan produk menunjukan produk yang diproduksi memiliki kualitas yang sesuai dengan standar, namun tetap biaya-biaya tersebut harus diditribusikan secara efektif dan efisien. Secara keseluruhan biaya kualitas yang tinggi mencerminkan produk yang dihasilkan berkualitas tinggi dan rendahnya biaya kualitas menunjukan bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas rendah karena tidak melakukan tindakan dan usaha agar produk memenuhi standar kualitas.

Biaya yang dikeluarkan diharuskan efektif dengan tetap menjaga dan meningkatkan kualitas yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya yang sesuai dengan teori *resource based view* bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya dengan baik. Pemanfaatan sumber daya dapat berupa sumber daya yang berwujud maupun sumber daya yang tidak berwujud. Pemanfaatan sumber daya diharapkan akan mengarah kepada peningkatan penjualan, keefektifan biaya produksi, keuntungan yang tinggi, produk yang berkualitas, serta hal lain yang dapat mengarah pada penambahan nilai bagi perusahaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menjaga dan meningkatkan kualitas dari waktu ke waktu menitik beratkan pada kecocokan dan memberikan manfaat kepada konsumen serta memperluas pangsa pasar. Produk yang berkualitas akan meningkatkan penjualan karena memberikan kepercayaan bagi konsumen yang akhirnya mendorong untuk melakukan pembelian. Hal tersebut sesuai dengan teori kontingensi yang menyatakan bahwa kualitas produk yang merupakan salah satu strategi keunggulan bersaing sebagai faktor kontingensi untuk meningkatkan keunggulan bersaing di lingkungan yang terus berubah. Menurut teori kontingensi startegi keunggulan bersaing berhubungan dengan bagaimana perusahaan membuat keputusan startegis seperti mengembangkan produk dan menentukan pasar mana yang akan dituju.

Penjualan yang meningkat dapat berupa pembelian konsumen yang berulang, pembelian baru, maupun pembelian baru yang sebelumnya membeli produk pada perusahaan lain. Menurut Wales et al strategi yang berorientasi kepada kualitas dan inovasi produk merupakan startegi yang paling bertanggung jawab terhadap pertumbuhan penjualan karena konsumen merasakan kualitas dari produk yang dibeli menunjukan tingkat kepercayaan untuk melakukan pembelian.[57] Konsumen cenderung akan memberikan kepercayaan kepada perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas dan kepada produk itu sendiri, sehingga produk yang berkualitas akan mempengaruhi tingkat penjualan.

[57] William Wales et al., "Orienting toward Sales Growth ? Decomposing the Variance Attributed to Three Fundamental Organizational Strategic Orientations," *Journal of Business Research* (2018): 1–13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Harmelia dan Edriani pada tahun 2019 yang mengatakan bahwa biaya kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan dan terdapat hubungan positif yang berarti apabila biaya kualitas mengalami kenaikan, maka penjualan akan mengalami kenaikan juga.[58] Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Retno Martanti Endah Lestari dan M Mahdi Hakim pada tahun 2014 yang menyatakan bahwa biaya kualitas berpengaruh terhadap penjualan, hubungan pada biaya kualitas dan penjualan adalah positif namun peningkatan biaya kualitas tetap dapat dikendaliakan agar biaya tetap efisien.[59]

5.2 Pengaruh Biaya Produksi secara signifikan terhadap Penjualan

Biaya Produksi adalah biaya inti yang digunakan dalam proses produksi untuk memproduksi suatu produk. Biaya produksi dapat dikatakan sebagai biaya produk karena biaya tersebut melekat pada produk yang diproduksi.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yang telah dibahas pada Bab IV Hasil Peneltian, didapatkan hasil uji t bahwa H2 diterima yakni terdapat pengaruh signifikan yang diberikan biaya produksi terhadap penjualan. Biaya produksi mengalami kenaikan dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti volume produksi sesuai dengan teori yang

[58] Harmelia and Edriani, "Analisis Pengaruh Biaya Mutu Terhadap Penjualan Produk (Studi Kasus: Pusat Oleh-Oleh Minang Di Kota Padang)."
[59] Retno Martanti Endah Lestari dan Muhammad Mahdi Hakim, "Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Penjualan Pada PT Mitra Sejati Mulia Industri," *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)* 6, no. 2 (2014): 34–41.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikemukakan oleh Carter bahwa semakin banyak volume produksi yang dihasilkan maka akan semakin banyak biaya produksi yang dihasilkan, sehingga penjualan akan meningkat. Kenaikan biaya produksi ketika terdapat pertambahan volume produksi akan mengakibatkan bertambahnya jumlah produk yang tersedia untuk dijual. Biaya produksi dijadikan sebagai biaya stratejik yaitu biaya produksi perlu dikembangkan dan diidentifikasi agar dapat dijadikan keunggulan bersaing. Just in time merupakan salah satu strategi dalam biaya dimana perusahaan terus meningkatkan kualitas produk dan mengeliminasi pemborosan aktivitas yang tidak menambah nilai dan activity based costing dimana perusahaan mengidentifikasi pembebanan biaya produksi sehingga pembebanan biaya lebih efektif dan tepat.

Biaya produksi digunakan sebagai salah satu informasi bagi manejemen untuk pengambilan keputusan terkait harga jual produk, maka dari itu biaya produksi perlu dilakukan perencanaan, pengendalian, dan pengawasan agar pengalokasian biaya produksi dapat efisien. Hal tersebut sesuai dengan teori kontingensi bahwa komponen didalam biaya produksi sebagai sumber daya harus dipastikan efektif dan efisien dalam memperoleh dan menggunakannya sehingga dapat dijadikan faktor kontinjensi untuk menghadapi lingkungan bisnis. Sejalan dengan teori resource based view bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan digunakan secara strategis untuk mencapai keuggulan bersaing.

Biaya produksi yang tepat dalam pengalokasiannya akan menciptakan harga jual produk yang tepat sehingga harga jual produk yang dipasarkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat bersaing. Harga jual dapat dijadikan salah satu startegi keunggulan bersaing untuk menghadapi lingkungan yang kompetitif, karena harga jual dapat menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Jika produk dapat meraih pasar maka permintaan atas produk juga akan meningkat sehingga perusahaan akan meningkatkan volume produk yang akan diproduksi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Hartanti pada tahun 2016 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara biaya produksi dan penjualan, pertambahan biaya produksi disebabkan oleh bertambahnya jumlah produk yang diproduksi.[60] Penelitian ini juga sejalan dengan Rupaida dan Bernardin pada tahun 2016,[61] penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian Irpan Januarsyah pada tahun 2019 yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh tidak signifikan terhadap karena dalam penelitian tersebut perusahaan tidak dapat mengendalikan biaya produksi sehingga terjadi peningkatan secara signifikan terhadap biaya produksi namun penjualan mengalami penurunan sehingga laba yang didapatkan juga menurun.[62]

[60] Hartanti, "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan Pada PT Shindengen Indonesia," *Moneter - Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 3, no. 2 (2016): 83–99.
[61] Silva Anne Rupaida dan Deden Edwar Yokeu Bernardin, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.," *Ekspansi* 8, no. 2 (2016): 261–275.
[62] Irpan Januarsyah, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT PP London Sumatera Indonesia , Tbk," *jurnal FINANCIAL* 5, no. 1 (2019): 32–39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5.3 Pengaruh Biaya Kualitas dan Biaya Produksi secara simultan terhadap Penjualan

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara bersama-sama (simultan) yang telah dibahas pada Bab IV Hasil Peneltian, didapatkan hasil uji F bahwa H3 diterima yakni dapat disimpulkan bahwa Biaya Kulitas dan Biaya Produksi berpengaruh secara simultan terhadap Penjualan.

Hal ini sesuai dengan teori kontingensi bahwa dengan menggunakan beberapa strategi yang dikombinasikan dengan baik sebagai faktor kontingensi dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang unggul dengan melihat bagaimana pertumbuhan penjualan. Sejalan dengan teori resource based view sumber daya yang dimiliki perusahaan perlu dikembangan dan digunakan dengan maksimal agar mengarah kepada penambahan nilai perusahaan seperti penjualan yang tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian penelitian Felicia dan Gultom pada tahun 2018, bahwa biaya produksi dan biaya kualitas berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih dengan meningkatknya peluang pada pangsa pasar sehingga penjualan dapat mengalami peningkatan.[63]

[63] Felicia dan Robinhot Gultom, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek," *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix* 1, no. 1 (2018): 1–12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari pemaparan dan penjelasan pada bab pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pada uji hipotesis secara parsial (Uji t) dan pembahasan diatas, didapatkan hasil bahwa hipotesis diterima yakni biaya kulitas berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan.
2. Berdasarkan pada uji hipotesis secara parsial (Uji t) dan pembahasan doatas, didapatkan hasil bahwa hipotesis diterima yakni Biaya Produksi berpengaruh secara signifikan terhadap Penjualan
3. Berdasarkan uji simultan (Uji F) dan pembahasan diatas, didapatkan hasil bahwa hipotesis diterima yakni Biaya Kualitas dan Biaya produksi berpengaruh secara simultan terhadap Penjualan.

6.2 Saran

1. Bagi perusahaan agar terus berkomitmen terhadap kualitas produk dan terus meningkatkan kualitas agar produk yang dihasilkan sesuai dengan standar dan harapan konsumen. Biaya kualitas dan biaya produksi perlu dilakukan pengawasan agar teralokasi dengan tepat sehingga dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membantu manajemen untuk mengambil keputusan strategis untuk mengaji bagaimana pertumbuhan penjualan pada periode selanjutnya.

2. Bagi peneliti agar dapat mengembangkan penelitian dimasa mendatang dengan variabel yang lain serta menggunakan objek penelitian tidak hanya pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia agar penelitian selanjutnya dapat bervariasi dan menggunakan data time series yang lebih lama agar data yang diambil lebih empiris.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Anshori, Muslich, dan Sri Iswati. Metode Penelitian Kuantitatif. Edisi 2. Surabaya: Airlangga University Press, 2017.

Brofman Epelbaum, Freddy Moises, dan Marian Garcia Martinez. "The Technological Evolution of Food Traceability Systems and Their Impact on Firm Sustainable Performance: A RBV Approach." International Journal of Production Economics 150 (2014): 215–224.

Endah Lestari, Retno Martanti, dan Muhammad Mahdi Hakim. "Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Penjualan Pada Pt Mitra Sejati Mulia Industri." JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi) 6, no. 2 (2014): 34–41.

Evans, R. James, dan William M Lindsay. Pengantar Six Sigma. Jakarta: Salemba Empat, 2007.

Felicia, dan Robinhot Gultom. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek." Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX 1, no. 1 (2018): 1–12.

Ghozali, Imam. 25 Teori Besar (Grand Theory) Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis. Semarang: Yoga Pratama, 2020.

———. Aplikasi Analisis Multivariant Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.

Ghozi, Saiful, and Aris Sunindyo. Statistik Deskriptif Untuk Ekonomi. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish, 2015.

Harahap, Baru, dan Tukino. Akuntansi Biaya. Batam: Batam Publisher, 2020.

Harmelia, dan Devi Edriani. "Analisis Pengaruh Biaya Mutu Terhadap Penjualan Produk (Studi Kasus: Pusat Oleh-Oleh Minang Di Kota Padang)." Ekonomi dan Bisnis 21, no. 2 (2019): 178–187.

Hartanti. "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan Pada PT Shindengen Indonesia." MONETER - Jurnal Akuntansi dan Keuangan 3, no. 2 (2016): 83–99.

Januarsyah, Irpan. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT PP London Sumatera Indonesia , Tbk." jurnal FINANCIAL 5, no. 1 (2019): 32–39.

Juliandi, Azuar, Irfan, dan Saprinal Manurung. Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep Dan Aplikasi. Medan: UMSU Press, 2014. Accessed January 25, 2021.

Kemenperin. Analisis Perkembangan Industri Indonesia - Edisi IV. Pusat Data Dan Informasi Kementrian Perindustrian. Jakarta, 2018. https://www.kemenperin.go.id/kinerja-industri.

Lestari, Wiwik, dan Dhyka Bagus Permana. Akuntansi Biaya Dalam Perpektif Manajerial. 2nd ed. Depok: RajaGrafindo Persada, 2017.

Mariantha, Nyoman. Manajemen Biaya: Cost Management. 1st ed. Makassar: Celebes Media Perkasa, 2018.

McAdam, Rodney, Kristel Miller, dan Carmel McSorley. "Towards a Contingency Theory Perspective of Quality Management in Enabling

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Strategic Alignment." International Journal of Production Economics 207 (2019): 195–209.
Mowen, Maryanne M., Don R. Hansen, dan L. Heitger. Dasar-Dasar Akuntansi Manajerial. Edited by 5. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
R. A. Supriyono. Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya Dan Penentuan Harga Pokok. 2nd ed. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2017.
Rudianto. Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen. Jakarta: Grasindo, 2006.
Rupaida, Silva Anne, dan Deden Edwar Yokeu Bernardin. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk." Ekspansi 8, no. 2 (2016): 261–275.
S. Winarno. "Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Keuntungan Perusahaan (Studi Kasus Pada Cv. Meranti Manunggal Furtiture)." Journal Moneter 2, no. 3 (2015): 205–214.
Safar, Muhammad, dan Dalli. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Terhadap Laba Bersih PT. Sunson Textile Manufacture." Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi 11, no. 1 (2020): 31–42.
Shatu, Yayah Pudin. "Kuasai Detail Akuntansi Laba dan Rugi". Jakarta: Pustaka Ilmu Semesta, 2016.
Siyoto, Sandu, dan Muhammad Ali Sodik. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
Susan, Mary, Linda K Ferrell, dan Debbie Thorne. "Consumers ' Trust of Salesperson and Manufacturer : An Empirical Study" 51, no. J. Bus. Res. (2001): 73–86.
Swanson, Christine A, dan William M Lankford. "Just-in-Time Manufacturing." State University of West Georgia Journal 4, no. 4 (1998): 333–341.
Tambingon, Ridel, Herman Karamoy, dan Sonny Pangarepan. "Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan PT. Putra Karangetang." Indonesia Accounting Journal 2, no. 4 (2020): 52–57.
Wales, William, Tatiana Beliaeva, Galina Shirokova, Tatiana R Stettler, dan Vishal K Gupta. "Orienting toward Sales Growth ? Decomposing the Variance Attributed to Three Fundamental Organizational Strategic Orientations." Journal of Business Research (2018): 1–13.
Yulianthini, Ni Nyoman, I Gusti Putu Gde Indra Dinar, dan Gede Putu Agus Jana Susila. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi." e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha 4, no. 1 (2016).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id