

ANALISIS KUALITAS PRODUK, BIAYA KUALITAS DAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Perusahaan Emping UD. HN Putra, Limpung, Kabupaten Batang)

Jaluanto.SPT,SE,MCom¹⁾ dan Dyah Widyaningrum,SE²⁾, bestjalu@gmail.com

ABSTRAKSI

Di wilayah Limpung terdapat puluhan perusahaan sejenis yang menghasilkan produk yang sama dengan target pasar yang tidak hanya di pulau Jawa akan tetapi sampai ke pulau-pulau lain di Indonesia bahkan ke luar negeri. Situasi ini menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan dan saling berlomba untuk menawarkan keunggulan kualitas produknya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk terhadap volume penjualan emping melinjo dan pengaruh signifikan biaya kualitas terhadap volume penjualan emping melinjo.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah produk emping melinjo UD. HN Putra tahun 2010-2011. Pada periode ini perusahaan telah menjangkau daerah penjualan tidak hanya di pulau Jawa tetapi juga ke luar pulau Sumatra, Bali dan Kalimantan, bahkan ke luar negeri. Selain itu volume penjualan yang dicapai relatif stabil dari tahun-tahun sebelumnya. Pengumpulan data lebih berfokus pada dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, sedangkan biaya kualitas mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap volume penjualan. Kualitas produk dan biaya kualitas memberikan kontribusi stimulasi sebesar 99,6% terhadap volume penjualan sedangkan sisanya (100%-99,6%) disumbang oleh variabel – variabel lain yang tidak terungkap dalam penelitian ini. Selain dari pada itu, secara akuntansi, perhitungan biaya kualitas perusahaan belum memisahkan secara tegas pengelompokan tiap-tiap jenis biaya kualitas seperti biaya penilaian, biaya pencegahan, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal.

Kata kunci: Kualitas produk, biaya kualitas, volume penjualan

ABSTRACT

In the region Limpung there are dozens of similar companies that produce the same product with the target market not only in Java but are to the other islands in Indonesia and even abroad. This situation rises to intense competition among companies vying with each other and to offer superior quality products. The purpose of this study is to find significant effects on product quality and sales volume melinjo chips significantly influences the quality cost to sales volume melinjo chips. Samples used in this study is the number of chips melinjo UD. HN Putra products. years 2010-2011. In this period the company has reached out not only the sales area on the island of Java, but also to the outer islands of Sumatra, Bali and Borneo, and even abroad. In addition to the sales volume achieved was relatively stable from previous years. Data collection focused on the documentation. The results showed that product quality has a positive and significant impact on sales volume, while the cost of quality has a positive but not significant effect on sales volume. Product quality and cost contributes to the quality of stimulation for 99.6% of sales volume while the rest (100% -99.6%) contributed by the variables - variables that are not revealed in this study. Apart from that, the accounting, costing the company the quality of the grouping has not been explicitly separating each type of quality costs such as appraisal costs, prevention costs, internal failure costs and external failure costs.

Key words: quality of product, cost of quality, sales volume, accounting, company

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Persaingan yang semakin ketat, saat ini, menuntut perusahaan untuk menerapkan standar kualitas pada

produk yang dihasilkannya. Hal ini terjadi karena kualitas suatu produk menentukan berhasil atau tidaknya produk tersebut menembus pasar. Persoalan yang kemudian muncul adalah apabila produk yang dihasilkan suatu perusahaan merupakan produk

yang juga dihasilkan oleh perusahaan lain, sehingga hal ini menimbulkan kompetisi atau persaingan dari berbagai perusahaan-perusahaan yang ada. Perusahaan yang satu dengan yang lain akan saling berkompetisi agar produk yang dihasilkannya mempunyai kualitas yang paling baik di antara produk yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan sejenis.

Perbaikan kualitas produk, berarti akan menyebabkan perusahaan mengeluarkan sejumlah biaya untuk kepentingan kualitas produknya. Biaya ini dikenal dengan sebutan biaya kualitas. Biaya dan kualitas produk, dua hal yang tidak terpisahkan apabila perusahaan berkeinginan meningkatkan penjualannya. Memang peningkatan penjualan tidak semata-mata hanya karena kualitas produk ataupun biaya kualitas, tetapi juga perlu promosi penjualan yang memadai juga; sekalipun promosi dari mulut-ke-mulut yang kini banyak berkembang di masyarakat.

Untuk mencapai produk yang berkualitas, perusahaan harus selalu melakukan pengawasan dan peningkatan terhadap kualitas produk yang dihasilkannya, sehingga akan diperoleh hasil akhir yang optimal. Kualitas yang meningkat mengurangi terjadinya produk rusak sehingga mengakibatkan biaya-biaya yang terus menurun dan pada akhirnya meningkatkan laba. Biaya yang dikeluarkan dalam kaitannya dengan usaha peningkatan kualitas produk disebut biaya kualitas.

Biaya kualitas merupakan biaya-biaya yang timbul karena kualitas buruk mungkin dan memang ada. Biaya kualitas berkaitan dengan dua subkategori dari aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan kualitas yaitu aktivitas kontrol dan aktivitas gagal. Aktivitas kontrol adalah aktivitas yang dilakukan oleh sebuah organisasi untuk menghindari atau mendeteksi kualitas buruk. Jadi aktivitas kontrol terdiri dari aktivitas pencegahan dan aktivitas penilaian. Sedangkan biaya kontrol adalah biaya yang ditimbulkan akibat dari dilakukannya aktivitas kontrol. Aktivitas gagal adalah aktivitas yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau pelanggannya dalam menanggapi kualitas buruk. Dalam menanggapi kualitas yang muncul sebelum pengiriman suatu produk yang jelek terhadap pelanggan. Aktivitas ini diklasifikasikan sebagai aktivitas gagal internal, jika tidak demikian maka aktivitas tersebut diklasifikasikan sebagai aktivitas gagal eksternal. Sedangkan biaya kegagalan adalah biaya yang dikeluarkan atau dimunculkan oleh sebuah organisasi karena dilakukannya aktivitas gagal. Biaya kualitas dilaporkan untuk memperbaiki perencanaan manajerial, kontrol, dan pengambilan keputusan.

Penggunaan informasi biaya kualitas untuk menerapkan dan mengawasi efektifitas program kualitas merupakan salah satu kegunaan dari sistem biaya kualitas. Informasi biaya kualitas merupakan input yang penting untuk pengambilan keputusan manajemen.

Volume penjualan merupakan sarana untuk berkembangnya suatu merk baru yang dipasarkan oleh perusahaan. Perusahaan pemasar juga dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hasil penjualan. Pemasaran tidak hanya kegiatan menjual barang dan jasa saja, tetapi kegiatan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen (pasar), serta memberikan kebebasan kepada konsumen dalam menentukan pilihan untuk memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Tujuan utama perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran adalah untuk mempertahankan pasar yang ada atau paling tidak meningkatkan hasil penjualan dengan cara merebut pasar pesaing melalui teknik-teknik ataupun kiat-kiat pemasaran yang tepat. Di dalam perusahaan, naik turunnya volume penjualan akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan hidup produk yang dipasarkan. Apabila perusahaan mengalami kenaikan hasil penjualan, maka produk akan dapat semakin berkembang dan akan mendapat tempat dominan dalam pasar konsumen, demikian sebaliknya.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1.2.1 Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan emping melinjo?

1.2.2 Apakah biaya kualitas berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan emping melinjo?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah :

1.3.1 Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan.

1.3.2 Untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas terhadap volume penjualan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Ditinjau dari pandangan konsumen, secara subyektif kualitas adalah sesuatu yang sesuai dengan selera. Kualitas merupakan istilah relatif yang sangat bergantung pada situasi. Berikut ini beberapa definisi kualitas :

Kualitas adalah kemampuan suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. (Barry Rander dan Jay Heizer, 2004)

Kualitas adalah suatu standar khusus dimana kemampuan (availability), kinerja (performance), keandalan (reliability), kemudahan pemeliharaan (maintainability), dan karakteristik dapat diukur. (Zulian Zamit, 1998)

Kualitas merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari pemasaran, rekayasa pembinaan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan

memenuhi harapan pelanggan. (A.V Feigenbaum, 1989)

Kualitas adalah sesuatu yang berbeda untuk orang yang berbeda dan tergantung pada waktu dan tempat, atau dikatakan sesuai dengan tujuan. (Ariani.WD, 2004)

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi yang diharapkan. (Goetch dan Davis dalam Ariani, 2004)

Dari uraian tentang pengertian kualitas tersebut di atas, pada dasarnya mempunyai definisi yang hampir sama dan saling melengkapi satu dengan yang lainnya, yaitu penekanan pada sifat atau karakteristik yang melekat pada produk.

Karakteristik produk sangat dipengaruhi oleh seluruh proses operasi, mulai dari kualitas bahan baku, keterampilan dan kemampuan tenaga kerja, peralatan, hingga faktor-faktor yang mendukung sistem operasi seperti penjadwalan, sistem persediaan, dan sistem logistik.

Biaya Kualitas

Menurut Blocher, dkk (2000:220), biaya kualitas didefinisikan sebagai biaya-biaya yang berkaitan dengan pencegahan, pengidentifikasian, perbaikan produk yang berkualitas rendah dan dengan opportunity cost dari hilangnya waktu produksi dan penjualan sebagai akibat dari rendahnya kualitas. Jadi biaya kualitas adalah biaya yang berhubungan dengan

penciptaan, pengidentifikasian, perbaikan, dan pencegahan kerusakan.

Menurut Russel yang dikutip oleh Ariani (2004:9), biaya kualitas digolongkan dalam dua golongan besar, yaitu:

Cost Of Conformance

Biaya yang termasuk dalam cost of conformance adalah biaya pencegahan dan biaya penilaian, karena biaya-biaya tersebut terjadi dalam rangka memastikan kualitas produk sesuai dengan keinginan pelanggan (Ariani, 2004:10).

Biaya pencegahan (prevention cost)

Biaya pencegahan merupakan biaya yang terjadi untuk mencegah kerusakan produk yang dihasilkan (mencegah cacat kualitas) atau semua biaya yang berkaitan dengan setiap kegiatan yang dirancang untuk memastikan bahwa kegiatan-kegiatan yang tepat dilaksanakan dengan benar sejak pertama kali. Biaya pencegahan meliputi:

Biaya pelatihan kualitas, yaitu pengeluaran-pengeluaran untuk program-program pelatihan internal dan eksternal.

Biaya Teknik dan perencanaan kualitas, yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk aktifitas-aktifitas yang berhubungan dengan patokan rencana kualitas produk yang dihasilkan.

Biaya pemeliharaan peralatan, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memasang, menyesuaikan,

mempertahankan, memperbaiki, dan menginspeksi peralatan produksi, proses dan sistem.

Biaya penjaminan supplier, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk mengembangkan kebutuhan dan pengukuran data, auditing dan pelaporan kualitas.

Biaya penilaian (Detection/Appraisal Cost)

Biaya penilaian dikeluarkan dalam rangka pengukuran dan analisis data untuk menentukan apakah produk atau jasa sesuai dengan spesifikasinya dan persyaratan-persyaratan kualitas. Tujuan utama penilaian adalah untuk menghindari terjadinya kesalahan dan kerusakan sepanjang proses perusahaan, misalnya mencegah pengiriman barang-barang yang tidak sesuai dengan persyaratan kepada pelanggan. Biaya ini meliputi:

Biaya pengujian dan inspeksi, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk menguji dan menginspeksi kesesuaian barang yang akan datang, produk dalam proses dan produk selesai dengan kualifikasi yang tercantum dalam pesanan.

Peralatan pengujian, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh, mengoperasikan, atau mempertahankan kualitas, software, mesin dan peralatan pengujian atau penilaian kualitas produk dan proses.

Audit kualitas, yaitu biaya yang meliputi pemeriksaan kualitas produk, seperti gaji dan upah semua orang yang terlibat dalam penilaian kualitas produk dan jasa dan pengeluaran lain

yang dikeluarkan selama penilaian kualitas.

Evaluasi persediaan, yaitu biaya yang meliputi pengujian produk di gudang, dengan tujuan untuk mendeteksi terjadinya penurunan kualitas produk.

Biaya informasi, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan dan membuktikan laporan kualitas.

Cost Of Non Conformance

Biaya yang termasuk ke dalam cost of non conformance adalah biaya kegagalan internal dan eksternal yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan karena menghasilkan produk yang cacat dan opportunity cost karena penolakan produk atau jasa oleh konsumen (Ariani,2004:12).

Biaya Kegagalan Internal (Internal Failure Cost)

Merupakan biaya yang terjadi karena adanya ketidaksesuaian dengan persyaratan atau biaya yang dikeluarkan karena rendahnya kualitas yang ditemukan sejak penilaian awal dan sebelum barang atau jasa dikirimkan kepada pelanggan. Pengukuran biaya kegagalan internal dilakukan dengan menghitung kerusakan produk sebelum meninggalkan pabrik. Biaya kegagalan internal meliputi:

Biaya tindakan koreksi, adalah biaya untuk waktu yang dihabiskan untuk menemukan penyebab kegagalan dan untuk mengoreksi masalah.

Sisa bahan, adalah kerugian yang timbul karena adanya sisa bahan baku

yang tidak terpakai dalam upaya memenuhi tingkat kualitas yang dikehendaki.

Biaya pengerjaan kembali, adalah biaya yang timbul untuk melakukan proses pengerjaan ulang agar dapat memenuhi standar kualitas yang disyaratkan.

Biaya proses, adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendesain ulang produk atau proses dan pemberhentian mesin yang tidak direncanakan dan gagalnya produksi karena adanya penyelaan proses untuk perbaikan dan pengerjaan kembali.

Biaya ekspedisi, adalah biaya yang dikeluarkan untuk mempercepat operasi pengolahan karena adanya waktu yang dihabiskan untuk perbaikan dan pengerjaan kembali.

Biaya inspeksi dan pengujian ulang, adalah biaya yang dikeluarkan selama inspeksi ulang atau pengujian ulang atas produk-produk yang telah diperbaiki.

Factory Contact Engineering, adalah biaya yang berhubungan dengan waktu yang digunakan oleh para ahli produk atau produksi yang terlibat dalam masalah-masalah produksi yang menyangkut kualitas.

Biaya Kegagalan Eksternal (External Failure Cost)

Biaya kegagalan eksternal adalah biaya yang terjadi karena produk atau jasa gagal memenuhi persyaratan-persyaratan yang diketahui setelah produk itu dikirimkan kepada pelanggan, seperti biaya dalam rangka

meralat cacat kualitas setelah produk sampai ke pelanggan dan laba gagal yang diperoleh karena hilangnya peluang sebagai akibat adanya produk atau jasa yang tidak dapat diterima oleh pelanggan.

Hansen dan Mowen (2005:8) mendefinisikan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kualitas juga menunjukkan empat kategori biaya, yaitu:

Biaya pencegahan (prevention cost), yaitu biaya untuk mencegah kerusakan atau cacat produk.

Biaya penilaian (appraisal cost), yaitu biaya yang harus dikeluarkan untuk mengadakan pengujian terhadap produk yang dihasilkan.

Biaya kegagalan internal (internal failure cost), yaitu biaya yang harus dikeluarkan karena perusahaan menghasilkan produk yang cacat, tapi cacat produk tersebut sudah diketahui sebelum produk tersebut sampai pada pelanggan.

Biaya kegagalan eksternal (external failure cost), yaitu biaya yang dikeluarkan perusahaan karena menghasilkan produk yang cacat, dan produk ini telah diterima oleh konsumen.

Volume Penjualan

Menurut Mulyadi (1999:239) mendefinisikan bahwa volume penjualan merupakan ukuran yang banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Sedangkan definisi menurut Winardi (1990:137) mengatakan bahwa volume

penjualan adalah hasil penjualan yang dinyatakan dalam bentuk kualitatif, fiskal atau volume. Selain itu, menurut Iwan dan Basu Swastha (1990:136) volume penjualan adalah penjualan bersih dari laporan laba rugi perusahaan. Penjualan bersih ini diperoleh perusahaan melalui hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang mencapai market share yang merupakan pasar potensial, yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu.

Kerangka Pemikiran Teoritis

Jika kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen dapat merasa puas dan akan kembali membeli atau mempromosikan produk yang kita tawarkan kepada orang lain. Dengan demikian, maka volume penjualan akan semakin meningkat. Untuk itu meningkatkan kualitas produk sangat diperlukan agar suatu perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan pada produk yang dihasilkannya.

Biaya kualitas merupakan biaya yang terjadi karena adanya kesadaran akan perlunya menghindari kesalahan sehingga tidak terjadi pemborosan atau biaya yang terjadi karena adanya kesalahan pada produk yang sudah terlanjur terjadi dan harus diperbaiki. Dengan demikian, produk yang dihasilkan adalah produk berkualitas dengan tingkat harga yang bersaing maka akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, dimana produk yang dihasilkan

tersebut telah dibuat sesuai dengan spesifikasi dan keinginan pelanggan. Kepuasan dari pelanggan ini akan memperluas pangsa pasar yang diharapkan perusahaan dan akan meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan biaya kualitas yang dapat mempengaruhi naik turunnya volume penjualan. Selanjutnya dapat dihipotesakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap volume penjualan. Demikian juga terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya kualitas terhadap volume penjualan.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitiannya adalah UD. HN Putra yang bergerak dalam usaha produksi emping melinjo yang berlokasi di kecamatan Limpung kabupaten Batang. Perusahaan ini telah berhasil memproduksi emping melinjo dengan berbagai jenis dan kualitas yang pemasarannya tidak hanya di pulau jawa akan tetapi sampai ke pulau-pulau lain di Indonesia bahkan ke luar negeri, lokal maupun ekspor.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan biaya kualitas. Kualitas produk (X1) Kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, yaitu suatu produk yang memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Biaya kualitas (X2) Biaya kualitas adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan pencegahan,

pengidentifikasi, perbaikan produk yang berkualitas rendah dan opportunity cost waktu produksi dan penjualan yang hilang sebagai akibat dari rendahnya kualitas. Variabel terikat (Y) Volume penjualan.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah produk emping melinjo UD. HN Putra tahun 2010-2011. Untuk mendapatkan informasi, penelitian dipandu dengan memakai beberapa metode atau cara yaitu: Study Pustaka dan metode dokumentasi yang digunakan peneliti untuk mengetahui objek yang dibutuhkan mengenai proses produksi emping melinjo UD. HN Putra adalah berupa catatan pembelian bahan baku, akuntansi pembukuan dan catatan upah tenaga kerja.

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisa ini menggunakan SPSS versi 15.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Regresi Berganda

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
B	Std. Error	Beta
1,731	2,000	
0,548	0,052	0,919
0,000	0,000	0,080

Sumber : data diolah, 2011

Perhitungan koefisien regresi dengan menggunakan SPSS 16.0 for windows sebagai berikut :

$$Y = 1,731 + 0,919X_1 + 0,080X_2$$

Persamaan regresi berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut: Konstanta 1,731; Berarti jika semua variabel independen (X) sama dengan nol maka volume penjualan rata rata per tahun sebesar 1,731 ton. $b_1 = 0,919$, Berarti jika kualitas produk (X_1) naik sebesar 1 ton, sedangkan variabel lainnya dianggap konstan maka volume penjualan (Y) akan naik sebesar 0,919 ton. $b_2 = 0,080$ Berarti jika biaya kualitas (X_2) naik sebesar Rp 1,- sedangkan variabel lain dianggap konstan maka volume penjualan (Y) akan naik sebesar 0,080 ton.

Koefisien Determinasi Kualitas Produk dan Biaya Kualitas dengan Volume Penjualan

R	R Square	Adjusted R Square
0,998	0,997	0,996

Sumber : data diolah, 2011

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Adjusted R Square 0,996 (Koefisien Determinasi) kualitas produk dan biaya kualitas dengan volume penjualan. Artinya, kualitas produk dan biaya kualitas memberikan kontribusi stimulasi sebesar 99,6% terhadap volume penjualan sedangkan sisanya (100%-99,6%) disumbang oleh variabel – variabel lain yang tidak terungkap dalam penelitian ini.

Lebih dari pada itu, Kualitas produk mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini berdasarkan uji F yang menunjukkan probabilitas $(0,00) < \alpha (0,05)$ maka (H_0) ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap volume penjualan. Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung atau sesuai dengan penelitian Susanto Widjojo (2000) bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa biaya kualitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini berarti bahwa biaya kualitas tidak secara langsung berpengaruh terhadap perubahan volume penjualan. Hal ini sebagaimana hasil penelitian Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa biaya kualitas berpengaruh positif terhadap kualitas produk, tetapi tidak demikian pengaruh biaya kualitas terhadap volume penjualan. Artinya, biaya kualitas akan menurun sebagaimana menurut Feigenbaum (1992: 104) kenaikan dalam biaya pencegahan [biaya kualitas] mengakibatkan penurunan produk cacat, yang pada gilirannya mempunyai efek positif pada peningkatan kualitas produk yang siap dijual sehingga menurunkan aktivitas-aktivitas pemeriksaan dan pengujian yang rutin.

SIMPULAN DAN SARAN

Kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh positif dan

signifikan terhadap volume penjualan (Y) pada UD. HN Putra. Ini berarti, jika kualitas produk naik, maka volume penjualan akan naik. Jika kualitas produk turun, maka volume penjualan juga akan turun. Sedangkan biaya kualitas (X_2) mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap volume penjualan (Y) pada UD. HN Putra. Hal ini berarti bahwa biaya kualitas tidak secara langsung berpengaruh terhadap perubahan volume penjualan.

Salah satu temuan penelitian ini bahwa dalam perhitungan biaya kualitas perusahaan belum memisahkan secara tegas pengelompokan tiap-tiap jenis biaya kualitas seperti biaya penilaian, biaya pencegahan, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal.

Untuk penelitian yang akan datang (dua permasalahan) yang dapat ditambahkan untuk kesempurnaan penelitian, yaitu biaya promosi dan kualitas sumber daya manusia juga perlu dibahas dalam penelitian yang akan datang yang berkaitan dengan kualitas produk, biaya kualitas dan volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Muhammad Akhyar. 2000. **Akuntansi Mutu Terpadu**. Yogyakarta : UPPAMP YKPN
- Algifari. 2000. **Analisis Regresi**. Yogyakarta : Andi
- Ariyani, W.D. 2004. **Pengendalian Kualitas Statistik**. Yogyakarta: Andi
- Arikunto, Suharsimi. 2002. **Prosedur Penelitian**. Jakarta : PT. Rineka Cipta

- Aryani. 2006. **Analisis pengaruh biaya kualitas terhadap produk rusak pada PT.Masscom Graphy Semarang tahun 2004-2005.** Semarang : FE UNNES
- Assauri, Sofyan. 2004. **Manajemen Produksi.** Jakarta : LPFE UI
- Basri. 2005. **Pengantar Bisnis.** Yogyakarta : BPFE
- Blocher, Edward J. Kung H. Chen, dan Thomas W. Lin. 2000. **Manajemen Biaya Dengan Tekanan Strategik** Terjemahan A. Susty Ambarriani. Jakarta : salemba Empat
- Djarwanto, P.S dan Pangestu Subagyo. 1985. **Statistik Induktif.** Edisi ketiga. Yogyakarta : Liberty
- Feigenbaum, A.V. 1992. **Kendali Mutu Terpadu.** Jakarta : Erlangga
- Gasperz, Vincent. 2005. **Total Quality Management.** Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum
- Ghozali, Imam. 2005. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.**
Semarang : Badan Penerbit UNDIP
- Gujarati, Damodar. 2000. **Ekonometrika Dasar.** Terjemahan Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga
- Hadiwiarjdo, Bambang H. 2000. **Sistem Manajemen Mutu.** Jakarta : Ghalia Indonesia
- Hansen, Don R. dan Maryanne M. Mowen. 2005. **Akuntansi Manajemen.** Terjemahan Dewi Fitriasari dan Deny Arnos Kwary. Jakarta : Salemba Empat
- Kottler, Philip. 1998. **Manajemen Pemasaran.** Jakarta : Salemba Empat
- Mulyadi. 1993. **Akuntansi Biaya.** Yogyakarta : STIE-YKPN
- Nurgiyantoro. 2000. **Metode Statistik.** Jakarta : Salemba Empat
- Render, B. Dan J. Heizer (terj). 2004. **Prinsip-prinsip Manajemen Operasi.** Edisi Revisi. Yogyakarta : BPFE UGM
- Ridwan. 2008. **Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian.** Bandung : Alfa Beta
- Siahaan. 2001. **Hubungan Total Quality Management dengan biaya kualitas produk teh botol sosro pada PT. Sinar Sosro Tanjung Morawa, Medan.** Medan : FE USU
- Sudjana. 2002. **Metoda Statistika.** Bandung : PT. Tarsito
- Sugiyono. 2000. **Metode Penelitian Bisnis.** Bandung : Alfa Beta
- Susanto Widjojo. 2000. **Pengendalian Kualitas Pada Produk Pasta Gigi.** Yogyakarta : UGM
- Swastha, Basu. 1997. **Manajemen Pemasaran.** Yogyakarta : BPFE
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. **Total Quality Management** Edisi Revisi. Yogyakarta : Andi
- Wibowo. 2006. **Analisis optimalisasi biaya kualitas dan pengaruhnya terhadap kualitas produk pada PT. Primatexco Indonesia.** Solo : FE UMS
- Yamit, Z. 1998. **Manajemen Produksi dan Operasi.** Yogyakarta : FE UII
- 1) Dosen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang.
 - 2) Pengusaha Emping Mlinjo di Limpung Kabupaten Batang.