

# Pengaruh Biaya Kualitas dan Biaya Produksi Terhadap Penjualan (Studi Kasus pada PT. XYZ)

Farah Dzakiyyah<sup>1</sup>, Jouzar Farouq Ishak<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012  
E-mail : farah.dzakiyyah.akun418@polban.ac.id

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012  
E-mail : jouzar.farouq@polban.ac.id

## ABSTRAK

Persaingan antar perusahaan pada era globalisasi saat ini semakin meningkat dan tidak dapat dihindari. Agar dapat mempertahankan posisinya di pasar, maka perusahaan perlu menghasilkan barang yang berkualitas tinggi dengan harga yang dapat bersaing, yang dapat berdampak pada meningkatnya penjualan. Untuk memproduksi barang yang berkualitas tinggi dengan harga yang bersaing maka perusahaan perlu melakukan pengendalian terhadap biaya kualitas dan biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan. Dalam lima tahun terakhir, penjualan produk pada PT. XYZ cenderung mengalami penurunan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh biaya kualitas dan biaya produksi terhadap penjualan pada PT. XYZ baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan software *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versi 26. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa secara parsial biaya kualitas dan biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Sedangkan hasil uji simultan menunjukkan bahwa biaya kualitas dan biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.

### Kata Kunci

Biaya Kualitas, Biaya Produksi, Penjualan

### 1. PENDAHULUAN

Persaingan antar perusahaan pada era globalisasi saat ini semakin meningkat dan tidak dapat dihindari. Produk dan jasa yang ditawarkan suatu perusahaan akan bersaing dengan produk lain yang memiliki keunggulan daya saing yang tinggi. Suatu perusahaan perlu melakukan langkah untuk dapat mempertahankan posisinya di pasar dan memenangkan persaingan bisnis.

Upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan bisnis dimulai dengan pembuatan produk yang berkualitas, pengendalian proses produksi, dan penetapan harga produk [1]. Produk yang berkualitas tinggi akan mendatangkan kepuasan yang besar dari pelanggan [2]. Begitu pula dengan harga produk yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk berdasarkan daya belinya [3].

Program peningkatan kualitas akan berdampak pada peningkatan pendapatan karena meningkatnya penjualan atas produk yang berkualitas tinggi. Peningkatan kualitas produk juga memberikan efek positif pada aspek non-finansial perusahaan berupa peningkatan kinerja jangka panjang dan reputasi perusahaan [4].

Membahas mengenai peningkatan kualitas, maka tidak akan terlepas dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mencapainya, biaya ini merupakan biaya kualitas (*cost of quality*). Biaya kualitas merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mengendalikan dan mempertahankan kualitas produk agar sesuai dengan standar yang ditetapkan perusahaan [5].

Dalam upaya meningkatkan penjualan untuk memperoleh laba yang lebih tinggi, perusahaan juga harus menjual produk dengan harga jual yang dapat bersaing [6]. Salah satu indikator utama yang menentukan harga jual produk adalah biaya produksi. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan

untuk membuat suatu produk dari mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap dijual kepada konsumen [7].

Perusahaan perlu melakukan pengendalian biaya produksi agar dapat meminimalkan pengeluaran-pengeluaran biaya yang tidak efisien sehingga terjadinya penghematan biaya. Apabila biaya produksi tidak terkendali maka akan menyebabkan harga jual produk yang terlalu tinggi.

PT. XYZ merupakan perusahaan teh hilir di Indonesia. Dalam lima tahun terakhir, penjualan produk di PT. XYZ cenderung mengalami penurunan. Penurunan penjualan ini dapat disebabkan oleh kurangnya pengendalian terhadap biaya kualitas dan biaya produksi yang dilakukan perusahaan.

Tabel 1. Penjualan PT. XYZ

Tahun	Nilai Penjualan
2016	Rp 47.525.329.000
2017	Rp 39.042.486.000
2018	Rp 31.547.554.000
2019	Rp 34.784.945.000
2020	Rp 25.114.926.000

Dari tabel di atas dapat digambarkan mengenai penjualan produk PT. XYZ dalam gambar dibawah ini:



Gambar 1. Penjualan PT. XYZ Tahun 2016 sampai 2020

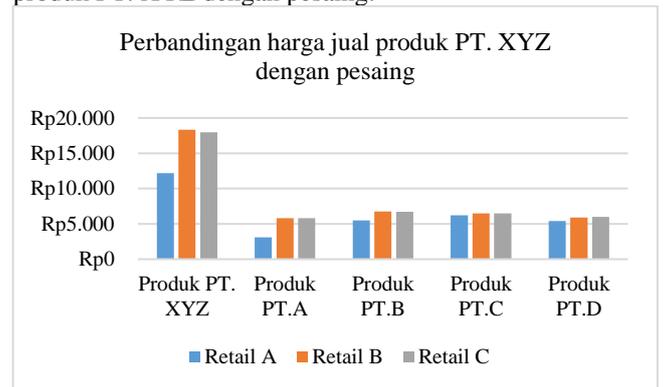
Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa dalam lima tahun terakhir, penjualan PT. XYZ cenderung mengalami penurunan. Jika penurunan terus terjadi maka pendapatan perusahaan juga semakin rendah sehingga berdampak pada penurunan laba PT. XYZ.

Pada tahun 2020, proses produksi PT. XYZ masih banyak menghasilkan produk rusak dengan persentase sebesar 3,2% dari batas toleransi sebesar 2%. Hal ini menandakan bahwa penerapan biaya kualitas pada PT. XYZ belum optimal sehingga masih banyak menghasilkan produk rusak. Produk rusak ini

tidak dapat dijual kepada konsumen, sehingga berdampak pada pemborosan pada proses produksi karena perlu mengeluarkan biaya kualitas untuk melakukan pengerjaan ulang.

Selain itu dugaan terjadinya penurunan penjualan dikarenakan kurangnya pengendalian terhadap biaya produksi sehingga berakibat pada harga jual produk yang tinggi.

Berikut merupakan perbandingan harga jual produk PT. XYZ dengan pesaing.



Gambar 2. Perbandingan Harga Jual Produk PT. XYZ dengan Pesaing

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa harga jual produk teh PT. XYZ paling tinggi pada ketiga retail dibandingkan dengan para pesaingnya. Tingginya harga jual produk teh PT. XYZ ini dapat disebabkan karena kurangnya pengendalian terhadap biaya produksi yang dilakukan perusahaan, maka dari itu perusahaan perlu melakukan pengendalian pada biaya produksi agar menciptakan harga jual produk dapat bersaing di pasar.

Melihat fakta dimana penurunan penjualan produk teh terus terjadi pada PT. XYZ selama lima tahun terakhir ini, maka perlu adanya upaya untuk meningkatkan penjualan dengan melakukan pengendalian terhadap biaya kualitas dan biaya produksi agar PT. XYZ dapat meningkatkan kualitas produk teh yang dihasilkan dan dapat menciptakan harga jual produk teh yang dapat bersaing di pasar, sehingga akan meningkatkan daya saing produk di pasar dan berdampak pada peningkatan penjualan PT. XYZ.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh biaya

kualitas dan biaya produksi terhadap penjualan pada PT. XYZ.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Biaya Kualitas

Biaya kualitas adalah biaya yang terjadi atau mungkin terjadi karena kualitas yang buruk. Biaya ini berkaitan dengan penciptaan kualitas, pengidentifikasian, perbaikan, dan pencegahan kerusakan [8].

Hansen dan Mowen (2007) menggolongkan biaya kualitas menjadi empat bagian, yaitu [8]:

- a. *Biaya Pencegahan (prevention cost)*  
Biaya yang terjadi untuk mencegah kerusakan produk yang dihasilkan, seperti biaya pemeliharaan mesin.
- b. *Biaya Penilaian (appraisal cost)*  
Biaya yang terjadi untuk menentukan apakah produk sudah sesuai dengan persyaratan-persyaratan kualitas yang telah ditetapkan, seperti biaya pengujian produk.
- c. *Biaya Kegagalan Internal (internal failure cost)*  
Biaya yang dikeluarkan perusahaan akibat adanya ketidaksesuaian persyaratan yang terdeteksi sebelum dikirimkan kepada pelanggan. Biaya ini meliputi biaya pengerjaan ulang, biaya perubahan desain, dll.
- d. *Biaya Kegagalan Eksternal (external failure cost)*  
Biaya yang dikeluarkan akibat adanya produk yang tidak memenuhi persyaratan setelah dikirimkan ke pelanggan seperti biaya pengiriman, biaya garansi, dll.

Biaya kualitas memberikan manfaat kepada manajemen dalam meningkatkan perencanaan dan pengendalian untuk menghindari produk yang berkualitas rendah, sehingga suatu perusahaan perlu melakukan pelaporan biaya kualitas untuk meningkatkan dan mengendalikan kualitas produk [9]. Dengan adanya penerapan biaya kualitas yang optimal maka akan meningkatkan penjualan perusahaan karena berhasil menciptakan produk yang berkualitas tinggi [4].

### 2.2 Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dibutuhkan perusahaan untuk melakukan proses produksi dengan mengolah bahan baku menjadi barang jadi [10].

Menurut Samryn (2012), terdapat tiga unsur biaya produksi, diantaranya yaitu [9]:

- a. *Biaya Bahan Baku Langsung*  
Seluruh bahan yang secara langsung dapat ditelusuri hubungannya dengan mudah kedalam produk yang dihasilkan dari proses produksi.
- b. *Biaya Tenaga Kerja Langsung*  
Biaya-biaya tenaga kerja yang perlu dikeluarkan di pabrik yang dapat ditelusuri secara langsung hubungannya dengan produk-produk tertentu.
- c. *Biaya Overhead Pabrik*  
Semua biaya produksi yang tidak dapat dibebankan secara langsung ke produk tertentu, yakni mencakup semua biaya baku tidak langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung.

Hansen dan Mowen (2007) menegaskan bahwa biaya produksi digunakan perusahaan sebagai acuan untuk menentukan biaya produk yang akan dibebankan kepada produk sehingga akan diperhitungkan sebagai harga pokok produksi [8].

Biaya produksi yang tidak terkendali akan menyebabkan harga produk yang tinggi sehingga menurunkan daya saing produk di pasar yang kemudian akan berdampak pada penurunan penjualan pada perusahaan [11].

### 2.3 Penjualan

Penjualan adalah proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dan pembeli dengan mengandalkan cara-cara persuasi untuk mencapai tujuan [12]. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan yaitu harga jual, kualitas produk, strategi perusahaan, dan lain-lain [13].

Aktivitas penjualan bertujuan untuk mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu, dan menunjang pertumbuhan perusahaan. Untuk mencapai tujuan penjualan maka perusahaan perlu mengembangkan strategi yang dapat menunjang penjualan, yaitu [14]:

- a. *Market Orientation*
- b. *Enterpreunal Orientation*
- c. *Learning Orientation*

Strategi-strategi tersebut menerangkan bahwa untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan harus dapat memahami kondisi pasar, daya beli konsumen, pesaing, inovasi produk, dan kualitas produk.

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

### Hipotesis 1

Biaya Kualitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Penjualan

### Hipotesis 2

Biaya Produksi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Penjualan

### Hipotesis 3

Biaya Kualitas dan Biaya Produksi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Penjualan

## 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif hubungan kausal. Pendekatan deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan data variabel biaya kualitas, biaya produksi, dan penjualan. Sedangkan pendekatan asosiatif dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel pada penelitian ini.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang didapatkan dari laporan keuangan PT. XYZ dan bagian produksi PT. XYZ untuk memperoleh data realisasi biaya kualitas, biaya produksi, dan penjualan dari tahun 2016 sampai 2020.

Metode analisis data pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 26. Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif, kemudian uji asumsi klasik dengan melakukan uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi. Lalu dilakukan analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji t, uji F, dan koefisien determinasi).

## 4. PEMBAHASAN

### 4.1 Deskripsi Variabel Penelitian

#### 4.1.1 Biaya Kualitas

Beberapa komponen biaya yang dikeluarkan PT. XYZ yang berkaitan dengan biaya kualitas, yaitu:

a. Biaya Pemeliharaan Mesin dan Instalasi

Biaya untuk menjaga fungsionalitas mesin meliputi biaya perbaikan, biaya perawatan mesin, dan biaya lain-lain yang berkaitan dengan pemeliharaan mesin.

b. Biaya Pelatihan Karyawan

Biaya untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam mendukung pelaksanaan tugas.

c. Biaya Pengujian Bahan Baku

Biaya untuk melakukan pengujian pada laboratorium untuk bahan baku teh yang akan masuk ke tahap produksi.

d. Biaya Inspeksi Produk

Biaya untuk melakukan inspeksi bahan kemasan dan mutu produk selama proses produksi agar menghasilkan produk akhir yang sesuai dengan stundur mutu.

e. Biaya Pengerjaan Ulang

Biaya untuk melakukan proses pengerjaan ulang pada produk yang belum memenuhi standar mutu perusahaan.

f. Biaya Sisa Bahan

Kerugian biaya yang diakibatkan karena adanya sisa bahan yang tidak dapat digunakan atau bahan yang telah rusak selama proses produksi.

g. Retur Penjualan

Biaya sebagai penggantian produk rusak yang diterima oleh distributor.

#### 4.1.2 Biaya Produksi

a. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya yang dikeluarkan meliputi gaji, upah, dan tunjangan karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi.

b. Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya untuk memperoleh bahan baku teh dan bahan pelengkap lain untuk menghasilkan produk dari hasil produksi.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya tidak langsung yang terdapat dalam proses produksi meliputi biaya keamanan, biaya listrik, biaya persediaan air, dan biaya-biaya lain yang tidak langsung di perusahaan.

## 4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penjualan	60	296713718	5498900757	2966928419	1134293613
Biaya Kualitas	60	58379093	304036146	163818100	47798503
Biaya Produksi	60	769678033	4559609737	1848848223	753714132
Valid N (listwise)	60				

Berdasarkan analisis statistik deskriptif didapatkan hasil bahwa pada variabel penjualan memiliki nilai minimum sebesar Rp 296.713.718, nilai maksimum sebesar Rp 5.498.800.757, nilai rata-rata sebesar Rp 2.966.928.419, dan standar deviasi sebesar 1.134.293.613.

Pada variabel biaya kualitas memiliki nilai minimum sebesar Rp 58.379.093, nilai maksimum sebesar Rp. 304.036.146, nilai rata-rata sebesar Rp 163.818.100,47, dan standar deviasi sebesar 47.798.503

Sedangkan untuk variabel biaya produksi memiliki nilai minimum sebesar Rp 769.678.033, nilai maksimum sebesar Rp. 4.559.609.737, nilai rata-rata sebesar Rp 1.848.848.223, dan standar deviasi sebesar 753.714.132

#### 4.3 Uji Asumsi Klasik

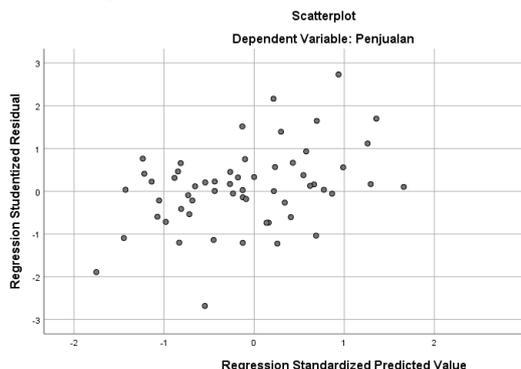
##### a. Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters	Mean	0
	Std. Deviation	474230461,8
Most Extreme Differences	Absolute	0,114
	Positive	0,091
	Negative	-0,114
Test Statistic		0,114
Asymp. Sig. (2-tailed)		,051 <sup>c</sup>

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai Sig sebesar 0,51. Maka data penelitian terdistribusi normal dan memenuhi syarat uji normalitas karena memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau 5%.

##### b. Uji Heterokedastisitas



Gambar 3. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas, menunjukkan hasil bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, tidak hanya berkumpul di atas atau di bawah saja, dan penyebaran titik-titik tidak membentuk pola bergelombang. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

##### c. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	-10039802,87	225311252		-0,045	0,965		
1 Biaya Kualitas	6,954	2,112	0,293	3,292	0,002	0,387	2,584
1 Biaya Produksi	0,994	0,134	0,661	7,420	0,000	0,387	2,584

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, didapatkan hasil bahwa nilai VIF berada diantara 1-10 yakni sebesar 2,584, dan nilai tolerance lebih kecil dari 1 yaitu sebesar 0,387. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

##### d. Uji Autokorelasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1	0,825	0,819	482478566,4	1,927

Berdasarkan hasil uji autokorelasi, didapatkan hasil bahwa nilai *durbin watson* ( $D_w$ ) sebesar 1,927. Adapun nilai  $D_1$  sebesar 1,514, nilai  $D_u$  sebesar 1,662, dan nilai  $4-D_u$  sebesar 2,338. Maka nilai *durbin watson* berada diantara  $D_u < D_w < 4-D_u$  yaitu sebesar  $1,662 < 1,927 < 2,338$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

#### 4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-10039802,87	225311252		-0,045	0,965
1 Biaya Kualitas	6,954	2,112	0,293	3,292	0,002
1 Biaya Produksi	0,994	0,134	0,661	7,420	0,000

Berdasarkan hasil diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -10.039.802,868 + 6,954 X_1 + 0,994 X_2 + e$$

1. Konstanta senilai -10.039.802,868 menandakan apabila biaya kualitas dan biaya produksi tidak ada maka nilai penjualan sebesar -10.039.802,868.
2. Koefisien regresi  $X_1$  sebesar 6,954 artinya setiap kenaikan satu satuan biaya kualitas maka akan meningkatkan nilai penjualan sebesar Rp 6,954.
3. Koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,994 artinya setiap kenaikan satu satuan biaya produksi maka akan meningkatkan penjualan sebesar Rp 994.

#### 4.5 Uji Hipotesis

- a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 7. Uji Signifikansi Parsial

Coefficients					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t
		B	Std. Error		
1	(Constant)	-10039802,87	225311252		-0,045
	Biaya Kualitas	6,954	2,112	0,293	3,292
	Biaya Produksi	0,994	0,134	0,661	7,420

Berdasarkan hasil uji t didapatkan hasil nilai signifikansi biaya kualitas ( $X_1$ ) kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,002 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,292 > 1,672029$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji hipotesis pertama menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  artinya biaya kualitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan.

Selanjutnya berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai signifikansi biaya produksi ( $X_2$ ) kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,000 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,420 > 1,672029$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji hipotesis kedua menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  artinya biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan.

- b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 8. Uji Signifikansi Simultan

ANOVA				
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F
1 Regression	6,2641920744E+19	2	3,13209604E+19	134,545
Residual	1,3268777323E+19	57	2,32785567E+17	
Total	7,5910698067E+19	59		

Berdasarkan hasil uji F didapatkan nilai signifikan kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,000 dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $134,549 > 3,16$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji simultan menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  artinya biaya kualitas dan biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap penjualan.

- c. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,908	0,825	0,819	482478566,4

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapatkan hasil bahwa nilai  $R$  square sebesar 0,825. Hal ini mendeskripsikan sebesar 82,5% perubahan dalam penjualan ( $Y$ ) dijelaskan bersama-sama oleh perubahan dalam biaya kualitas ( $X_1$ ) dan biaya produksi ( $X_2$ ). Sedangkan sisanya sebesar 17,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar penelitian ini.

#### 4.6 Pembahasan

- a. Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,002 kurang dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,292, maka hasil ini mendeskripsikan bahwa biaya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan biaya kualitas maka akan diikuti dengan kenaikan penjualan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Harmelia dan Edriani (2019) yang menunjukkan bahwa biaya kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap penjualan [15].

PT. XYZ telah mengeluarkan biaya-biaya yang terkait dengan biaya kualitas, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berupaya untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Namun berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menemukan bahwa kenaikan biaya kualitas akan diikuti dengan kenaikan penjualan, hal ini menunjukkan bahwa penerapan biaya kualitas di PT. XYZ belum optimal karena terus terjadinya penurunan penjualan. Perusahaan perlu mengoptimalkan penerapan biaya kualitas dengan melakukan aktivitas pencegahan dan penilaian seperti aktivitas perencanaan

kualitas dan pelaporan kualitas sehingga dapat meningkatkan penjualan pada PT.XYZ.

b. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,420, maka hasil ini mendeskripsikan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan biaya produksi maka akan diikuti dengan kenaikan penjualan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Rudiana *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara biaya produksi terhadap penjualan [16].

PT. XYZ melakukan proses produksi produk teh sesuai dengan jumlah pesanan yang diminta oleh bagian pemasaran, sehingga semakin besar volume produk yang diminta untuk diproduksi maka semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Besarnya biaya produksi pada PT. XYZ didominasi oleh biaya bahan baku langsung, hal ini mempertegas bahwa tingginya biaya produksi disebabkan karena volume produksi yang cukup besar. Namun pengendalian biaya produksi tetap harus dilakukan agar pengalokasian biaya produksi dapat efisien. Pengalokasian biaya produksi yang tepat dapat mengurangi terjadinya pemborosan pada proses produksi dan dapat menjaga harga produk dapat bersaing di pasar. Jika produk yang dihasilkan perusahaan berhasil meraih pasar maka akan diikuti dengan peningkatan permintaan atas produk yang berdampak pada peningkatan volume penjualan PT. XYZ.

c. Pengaruh Biaya Kualitas dan Biaya Produksi Terhadap Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 134,549, maka hasil ini mendeskripsikan bahwa biaya kualitas dan biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyah (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan pada biaya kualitas dan biaya produksi terhadap penjualan [17].

Setiap kenaikan biaya kualitas dan biaya produksi maka akan meningkatkan penjualan. Apabila PT. XYZ menggabungkan kedua strategi dengan mengoptimalkan penerapan

biaya kualitas dan melakukan pengendalian biaya produksi maka akan meningkatkan penjualan PT. XYZ.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

a. Berdasarkan uji hipotesis parsial bahwa biaya kualitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan, sehingga jika biaya kualitas meningkat maka akan diikuti peningkatan penjualan.

b. Berdasarkan uji hipotesis parsial bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan, sehingga jika biaya produksi meningkat maka akan diikuti peningkatan penjualan.

c. Berdasarkan uji hipotesis simultan (Uji F) didapatkan hasil bahwa biaya kualitas dan biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap penjualan dengan persentase sebesar 82,5%, sedangkan sebesar 17,5% dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian ini.

## 6. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang diberikan sebagai berikut:

1. PT. XYZ diharapkan selalu berkomitmen untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dengan melakukan aktivitas pencegahan dan penilaian agar dapat meningkatkan penjualan.
2. PT. XYZ diharapkan melakukan pengendalian terhadap biaya produksi agar teralokasi dengan tepat sehingga dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan untuk mengkaji mengenai pertumbuhan penjualan pada periode berikutnya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Bandung terkait Bantuan Dana Tugas Akhir Tahun Anggaran 2022 dengan nomor B/209/PL1/HK.02.00/2022.

## DAFTAR PUSATAKA

- [1] T. Runtuwarouw, A. Hasan, and M. M. Karuntu, "Pelaksanaan Pengendalian Kualitas Pada Proses Produksi Minyak Kelapa Siip Di

- PT. Multi Nabati Sulawesi Kota Bitung,”  
Jurnal EMBA, vol. 10, no. 2, pp. 399-406,  
2022.
- [2] N. F. Jamil, “Analisis Biaya Mutu Dalam  
Pengendalian Produk Cacat (Studi Kasus Pada  
Pabrik Gula Panji Situbondo),” *Journal of  
Science and Business*, vol. 3, no. 4, pp. 516-  
523, 2019.
- [3] P. E. Setyo, “Pengaruh Kualitas Produk dan  
Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best  
Autoworks”,” *Jurnal Manajemen dan Start-Up  
Bisnis*, vol. 1, no. 6, pp. 755-764, 2017.
- [4] A. Bhimani *et al.*, *Management And Cost  
Accounting*. Edinburgh: Pearson Education  
Limited, 2015.
- [5] R.S. Russel and B.W. Taylor, *Operations and  
Supply Chain Management*. Singapore: John  
Wiley & Sons, 2011.
- [6] B. Harahap, “Pengaruh Biaya Produksi Dan  
Harga Jual Terhadap Laba Penjualan Pada PT.  
Shimano Batam,” *Jurnal Akuntansi Barelang*,  
vol. 3, no. 2, pp. 12-19, 2019.
- [7] W.A. Sahla, *Akuntansi Biaya Panduan  
Perhitungan Harga Pokok Produk*.  
Banjarmasin: Deepublish, 2020.
- [8] D.R. Hansen, M.M. Mowen, and L. Guan,  
*Cost Management Accounting & Control*.  
Canada: South Western Cengage Learning,  
2007.
- [9] Samryn, *Akuntansi Manajemen*. Jakarta:  
Kencana, 2012.
- [10] I. M. Putra, *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta:  
Anak Hebat Indonesia, 2021.
- [11] D. Purnama, S. Muchlis, and A. Wawo,  
“Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan  
Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing  
Dengan Pendekatan Full Costing,” *Jurnal  
Riset Akuntansi dan Komputerisasi Akuntansi*,  
vol. 10, no. 1, pp. 119-132, 2019..
- [12] B. Swastha and Irawan, *Manajemen  
Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty,  
2008.
- [13] A. Hidayah and H. Sulakson, “Analisis Faktor-  
Faktor Yang Memengaruhi Penjualan *Online*  
Pada Mahasiswa STIE Mandala Jember,”  
*Jurnal Relasi Ekonomi*, vol. 17, no. 2, pp. 244-  
262, 2021.
- [14] W. Wales *et al.*, “Orienting Toward Sales  
Growth? Decomposing the Variance  
Attributed to Three Fundamental Organization  
Strategic Orientations,” *Journal of Business  
Research*, vol. 109, pp. 498-510, 2018.
- [15] Harmelia and D. Edriani, “Analisis Pengaruh  
Biaya Mutu Terhadap Penjualan Produk (Studi  
Kasus: Pusat Oleh-Oleh Minang Di Kota  
Padang),” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma  
Andalas*, vol. 21, no.2, pp. 178-187, 2019.
- [16] I. F. Rudiana, Toto, and D. Rudiana, “Analisis  
Biaya Produksi dalam Meningkatkan Volume  
Penjualan,” *Jurnal Sosio e-Kons*, vol. 13, no.  
2, pp. 82-86, 2021.
- [17] M. K. Aisyah, “Pengaruh Biaya Kualitas Dan  
Biaya Produksi Terhadap Penjualan (Studi  
Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman  
Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2019),”  
*Jurnal Akuntansi Integratif*, vol. 7, no. 2, 2021.