

Abstrak

Muhammad Ali Imron, 2010. *Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Aneka Ilmu Semarang.* Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.

Kata Kunci : *Biaya Pencegahan, Biaya Penilaian, Biaya Kegagalan Internal, Biaya Kegagalan Eksternal, Penjualan*

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi membawa dampak terhadap perkembangan dunia usaha. Perusahaan yang menjadikan kualitas sebagai alat strategi akan mempunyai keunggulan bersaing terhadap kompetitornya dalam menguasai pasar karena tidak semua perusahaan mampu mencapai superioritas kualitas. CV. Aneka Ilmu Semarang belum mengoptimalkan evaluasi dan pengendalian terhadap kualitas produknya secara optimal. Hal ini terlihat dari tingkat fluktuasi volume penjualannya. Berdasarkan latar belakang tersebut maka masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan produk pada CV. Aneka Ilmu Semarang pada tahun 2005 ó 2007? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan produk pada CV. Aneka Ilmu Semarang pada tahun 2005 ó 2007 secara parsial maupun secara simultan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui besarnya biaya kualitas yang terjadi pada perusahaan dan untuk mengetahui pengaruh total biaya kualitas serta pengaruh komposisi biaya kualitas terhadap penjualan.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari Biaya Pencegahan (X1), Biaya Penilaian (X2), Biaya Kegagalan Internal (X3), Biaya Kegagalan Eksternal (X4) dan Penjualan (Y). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang terdiri dari uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, Uji F, Uji t dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara biaya kualitas terhadap penjualan dengan komponen pengaruh biaya pencegahan terhadap penjualan adalah 30,58%, biaya deteksi terhadap penjualan adalah 25,91%, biaya kegagalan internal terhadap penjualan adalah 12,39%, serta pengaruh biaya kegagalan eksternal terhadap penjualan sebesar 13,18%, dan terdapat pengaruh secara simultan antara biaya kualitas terhadap penjualan dengan besar pengaruh yaitu 80,5%.

Saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah diharapkan CV Aneka Ilmu dapat mengoptimalkan biaya kualitasnya pada proses tersebut yang meliputi biaya management (manajemen), man (manusia), motivation (motivasi), material (bahan), machines (mesin), mechanization (mekanisme), dan mounting product requirements (persyaratan proses produksi), dan diharapkan CV Aneka Ilmu memisahkan biaya kualitas secara terpisah dari unsur-unsur pembiayaan yang lain sehingga akan memudahkan pengukuran mengenai efektifitas biaya kualitas terhadap penjualan yang dilakukan