

**PENGARUH BIAYA PENCEGAHAN DAN BIAYA PENILAIAN
TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR DIBURSA EFEK
INDONESIA**

SKRIPSI



Nama : Haryati

NIM : 22 2013 453

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2017**

**PENGARUH BIAYA PENCEGAHAN DAN BIAYA PENILAIAN
TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR DIBURSA EFEK
INDONESIA**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Nama : Haryati

NIM : 22 2013 453

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Haryati

NIM : 222013453

Program Studi : Akutansi

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, Februari 2017

Penulis



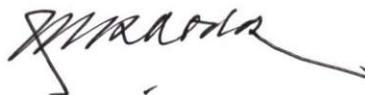
Haryati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Biaya Pencegahan Dan Biaya Penilaian
Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Di
Bursa Efek Indonesia
Nama : Haryati
NIM : 222013453
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akutansi
Mata Kuliah Pokok : Akutansi Biaya

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Februari 2017
Pembimbing,



Mizan, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN/NBM:0206047101/859196

Mengetahui,
Dekan
u.b Ketua Program Studi Akutansi



Betri Sirajuddin, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN/NBM:0216106902/944806

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

1. **Hiduplah dengan kejujuran dan keikhlasan, karena dengan kejujuran dan keikhlasan akan membuat ketenangan dihatimu**
2. **Moto terbaik dalam hidup: Hendaknya ada sebagian golongan diantaramu yang menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran**

(QS.Al-Imran:140)

(Haryati)

Skripsi ini diperuntukan kepada:

1. **Ibunda dan Ayahandaku tercinta**
2. **Kakak, Ayuk, Adik dan keluarga besarku**
3. **Dosen Pembimbing Skripsiku**
4. **Sahabat-Sahabat Seperjuanganku**
5. **Almamaterku**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalammu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil' alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulisan skripsi ini yang berjudul pengaruh biaya pencegahan dan biaya penilaian terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia dapat penulis selesaikan tepat waktu.

Ucapan terima kasih yang sangat tulus ikhlas penulis sampaikan kepada kedua orang tua yang sangat penulis cintai, yaitu bapak Sohi Alek dan mamak Rosyam yang telah sangat berjasa dalam mendidik, mendo'akan, dan memberikan motivasi kepada penulis. Kepada kakak-kakakku yaitu Gunadi Sohi, Iwan Sohi, Herman, Dan Selamat, Serta Ayuk-Ayukku Rusmini, Dewi Marlina Dan Dina Maryana, saya ucapkan terima kasih kerana telah memberikan dorongan semangat dan do'a yang tulus ikhlas disetiap pejuanganku.

Penulis juga mengucapkan sangat berterimakasih kepada pak Mizan, S.E.Ak.,M.Si.,C.A (Pembimbing Akademik), Bapak M.Orba Kurniawan S.E.,S.H.,M.Si (Penelaah 1) dan Bapak H. Fadhil Yamaly, S.E.,Ak.,M.M (Penelaah 2) dan yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan saran-saran yang berguna dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu disampaikan juga ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan izin dan membantu penulis

dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang, diantaranya :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E. MM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang Beserta Staf Dan Karyawan/Karyawati.
2. Bapak Drs. Fauzi, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang Beserta Staf Dan Karyawan/Karyawati.
3. Bapak Betri Sirajuddin, S.E.Ak.,M.Si.,C.A., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Rendra Bakti.,SE.,M.Si., selaku Pembimbing saya.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta staf-staf pengajar Fakultas Ekonomi dan bisnis di Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Sahabat- sahabat seperjuangan dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Kerendahan hati yang tulus, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan dari Allah S.W.T amin.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palembang, Februari2017
Penulis

Haryati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Sebelumnya.....	9
B. Landasan Teori.....	12
1. Biaya Kualitas	
a. Pengertian Biaya.....	12
b. Pengertian Kualitas.....	14
c. Pengertian Biaya Kualitas.....	14

d. Standar Biaya Kualitas Yang Ditetapkan Perusahaan.....	17
e. Mengukur Biaya Kualitas.....	17
f. Dinamis Biaya Kualitas.....	17
g. Klasifikasi Biaya Kualitas.....	18
h. Manfaat Informasi Biaya Kualitas	21
2. Penjualan	21
a. Pengertian Penjualan	21
b. Jenis-Jenis Penjualan.....	22
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	23
d. Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan	25
e. Kerangka Hipotesis	25
C. Perumusan Hipotesis	25
BAB III. METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Operasionalisasi Variabel.....	27
D. Populasi dan Sampel	28
E. Data yang Diperlukan.....	29
F. Metode Pengumpulan Data	30
G. Analisis dan Teknik Analisis.....	31
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Sejarah Bursa Efek Indonesai.....	39

2. Sejarah Singkat Dan Profil Perusahaan Manufaktur.....	41
3. Pengelolaan Data.....	63
a) Uji Statistik Deskriptif	63
b) Uji Asumis Klasik	64
1) Uji Normalitas	64
2) Uji Heterokedasitas	65
3) Uji Autokorelasi	66
4) Uji Multikolinieritas.....	67
c) Regresi Linier Berganda.....	68
d) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
e) Uji Hipotesis.....	70
1) Uji Parsial (Uji t).....	70
2) Uji Simultan (Uji F)	71
B. Pembahasan	72
a) Pengaruh Variabel (X_1) Terhadap (Y).....	72
b) Pengaruh Variabel (X_2) Terhadap (Y).....	73
c) Pengaruh Variabel (X_1) Dan (X_2) Terhadap (Y)	74
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	76
A. Simpulan.....	76
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	78

HALAMAN DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Laporan Biaya Kualitas 2013	5
Tabel I.2 Laporan Biaya Kualitas 2014	6
Tabel I.3 Laporan Biaya Kualitas 2015	6
Tabel II.1 Perbandingan Penelitian Sebelumnya	11
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel.....	27
Tabel III.2 Sampel Perusahaan.....	29
Tabel IV.2 Statistik Deskriptif	63
Tabel IV. 3 Uji Autokorelasi.....	67
Tabel IV.4 Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel IV.5 Model Persamaan Regresi.....	69
Tabel IV.6 Koefisien Determinasi.....	70
Tabel IV.6 Uji Parsial.....	71
Tabel IV.6 Uji Simultan	72

HALAMAN DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 kerangka hipotesis	25
Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas	65
Gambar IV.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Surat Keterangan Selasai Penelitian San Pengambilan Data
2. Lampiran 2 Kartu Aktivitas Bimbingan
3. Lampiran 3 Lembaran Persetujuan Perbaikan Skripsi
4. Lampiran 4 Sertifikat Membaca Dan Hafalan Al-Qura'an
5. Lampiran 5 Sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN)
6. Lampiran 6 Sertifikat Toefl
7. Lampiran 7 Biodata Penulis
8. Lampiran 8 Hasil Pengelolaan Data Melalui Aplikasi Spss V.23

ABSTRAK

Haryati/ 222013453/2017/ Pengaruh Biaya Pencegahan Dan Biaya Penilaian Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya pencegahan dan biaya penilaian terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah desain penelitian korelasional, verifikasi pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 20 perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia yang memenuhi kriteria dan layak untuk dijadikan sampel, pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan sampel pada tahun 2013-2014. Penelitian menggunakan model analisis uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisienn determinasi sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji t statistik untuk pengujian secara parsial, serta uji F statistik untuk pengujian secara simultan dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial biaya pencegahan dan biaya penilaian secara signifikansi positif memengaruhi penjualan. Begitu juga pada uji F yang dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan biaya pencegahan dan biaya penilaian secara signifikansi positif memengaruhi penjualan.

Kata kunci : Biaya Pencegahan, Biaya Penilaian, Dan Penjualan

ABSTRACT

Haryati / 222013453/2017 / Effect of Cost Assessment Prevention And Cost of Sales In Manufacturing Company in Indonesia Stock Exchange.

The aim of this study was to determine the effect of prevention costs and costs penilaian to sales at companies listed on the Indonesian stock exchange, either partially or simultaneous . The method used is correlational research design, verification quantitative approach. The sample used in this study were 20 companies listed on the exchange effect of Indonesia who meet the criteria and deserves to be sampled, the sampling using purposive sampling. This study uses secondary data from the annual financial statements of companies sampled in 2013-2014. Research using analytical models classic assumption test, multiple regression analysis, determination koefisienn whereas hypothesis testing using t test statistics for the partial test, as well as the F test statistic for testing simultaneously with a significance level of 5%. These results indicate that the partial cost prevention and cost assessment of the positive significance affect sales. As well as on the F test performed showed that simultaneous prevention costs and appraisal fees positive significance affect sales.

Keywords: prevention costs, appraisal fees, and sales

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan di era industrialisasi ini semakin kompetitif, menuntut perusahaan untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas dengan kualitas yang baik, oleh karena itu manajemen perusahaan juga dituntut untuk selalu mengadakan penyesuaian terus menerus mengikuti perkembangan pasar untuk dapat memenangkan persaingan yang sangat penting bagi perusahaan untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis, apa lagi bagi perusahaan yang telah *go public* yang sangat harus memperhatikan kualitas dari produk nya.

Memperbaiki kualitas terus menerus untuk mengikuti perkembangan merupakan sesuatu yang sangat penting dalam membangun masa depan bisnis untuk masa depan yang mendatang. Oleh karena itu perusahaan harus mengeluarkan biaya kualitas (*cost quality*) untuk mencapai mutu produk yang diinginkan oleh konsumen. Pengukuran sebuah kualitas barang melalui biaya yang dapat dilakukan karena kualitas tidak hanya ditemukan oleh gambar visual dari bentuk fisik produk saja, tetapi bisa juga dilihat dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk yang berkualitas tersebut.

Meskipun perusahaan telah berhasil menghasilkan produk yang berkualitas tetapi perusahaan juga harus berusaha untuk mempertahankan efisiensi biaya, untuk itu perusahaan harus berupaya untuk meningkatkan

kualitas produk tanpa adanya kenaikan biaya sehingga harga jual tetap kompetitif, karena dasarnya biaya kualitas dapat didefinisikan sebagai biaya-biaya yang timbul untuk mencegah terjadinya mutu yang rendah, atau biaya-biaya yang timbul karena terjadinya mutu yang rendah dengan demikian biaya kualitas adalah biaya yang berhubungan dengan penciptaan, pengidentifikasian, perbaikan untuk produk yang rusak.

Biaya, kualitas, dan penjualan itu sendiri memiliki hubungan yang saling terkait, dimana ketika biaya kualitas yang dikeluarkan perusahaan meningkat, berarti ada produk yang dihasilkan perusahaan dengan kualitas yang buruk, dan dengan adanya kualitas yang buruk itu akan mempengaruhi penjualan yang akan berdampak pada kepercayaan konsumen, dan jika hal tersebut terjadi konsumen akan berhenti untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Begitu pula sebaliknya, jika biaya kualitas yang dikeluarkan perusahaan semakin rendah, berarti kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan adalah kualitas yang baik dan tidak menghasilkan banyak produk cacat, dan dengan demikian perusahaan tidak perlu mengeluarkan banyak biaya kualitas untuk perbaikan produk, dengan demikian penjualan akan terus meningkat karena konsumen akan semakin percaya dengan produk yang dihasilkan perusahaan.

Semakin rendah biaya kualitas menunjukkan semakin baik program perbaikan kualitas yang dijalankan oleh perusahaan dan tentunya semakin baik kualitas yang dihasilkan, sehingga dapat meningkatkan nilai pasar dan penjualan. Dengan meningkatnya penjualan serta berkurangnya biaya akan

meningkatkan profitabilitas perusahaan. Namun sebaliknya, jika biaya kualitas yang dikeluarkan perusahaan semakin tinggi, berarti program perbaikan kualitas yang dibuat perusahaan semakin tinggi, berarti program perbaikan kualitas yang dibuat tidak berjalan dengan baik, dimana jika biaya kualitas tinggi berarti banyak produk cacat (kualitas buruk) yang dihasilkan perusahaan, dan karena banyaknya produk cacat itu, maka biaya yang akan dikeluarkan perusahaan akan semakin besar dan perusahaan bisa mengalami kerugian, selain itu kepercayaan konsumen juga akan berkurang atau bahkan konsumen tidak mau lagi menggunakan produk dari perusahaan tersebut, dan beralih pada perusahaan lain, yang secara langsung berdampak pada penjualan.

Beberapa penelitian sebelumnya berkaitan dengan pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan, diantaranya yaitu telah dilakukan oleh Rilla dan Erwin (2009) dengan judul pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan pada PT. Guardian Pharmatama. Dari hasil uji t untuk biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Dari hasil uji F untuk biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal dapat disimpulkan bahwa biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan.

Penelitian berikutnya oleh Retno dan Muhammad (2014) dengan judul penelitian pengaruh biaya kualitas terhadap tingkat penjualan pada PT. Mitra Sejati Mulia Industri. Hasil penelitian diperoleh secara keseluruhan biaya

kualitas mengalami peningkatan setiap tahunnya, akan tetapi biaya-biaya tersebut secara keseluruhan dapat dikendalikan dengan baik oleh perusahaan. Peningkatan penjualan perusahaan dipengaruhi oleh biaya kualitas sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Secara simultan biaya kualitas yang terdiri dari biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada PT. Mitra Sejati Mulia Industri selama tahun 2009-2012. Secara parsial variabel biaya penilaian (X2), biaya kegagalan internal (X3), dan biaya kegagalan eksternal (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan, sedangkan variabel biaya pencegahan (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan.

Penelitian sebelumnya membahas semua biaya kualitas tetapi pada penelitian ini hanya membahas klasifikasi biaya kualitas yaitu pada aktivitas kantor (biaya pencegahan dan biaya penilaian) tidak ada biaya keagalannya dikarenakan pada objek penelitian yaitu di bursa efek banyak perusahaan yang tidak memasukan biaya kegagalan. Ternyata perusahaan yang sudah *go public* (bursa efek) tidak menyelenggarakan laporan biaya kualitas secara tersendiri/khusus tetapi biaya kualitas selama ini masih terdapat didalam biaya produksi, biaya penjualan, biaya umum dan administrasi dan biaya-biaya lainnya, seperti biaya pencegahan yaitu biaya pemeliharaan dan perbaikan, biaya sewa, biaya telepon, biaya pelatihan, biaya perjalanan dinas, biaya khusus/pendidikan, biaya-biaya ini dicatat ke dalam rincian biaya produksi. Biaya penilaian seperti biaya jamuan tamu dan biaya jasa tenaga ahli/jasa

profesional, biaya pengiriman, biaya pengepakan dan biaya laboratorium, biaya-biaya ini dicatat ke dalam rincian biaya produksi dan biaya administrasi. Berikut tabel yang menyajikan biaya pencegahan, biaya penilaian, dan penjualan.

Tabel 1.1
Laporan Biaya Kualitas 2013
Biaya Pencegahan (X₁), Biaya Penilaian (X₂), dan Penjualan (Y)

Nama Perusahaan	2013			%
	Biaya Pencegahan	Biaya Penilaian	Penjualan	
PT. Indo Kordsa Tbk	7.805.785.000,00	2.706.119.000,00	2.602.181.777.000,00	0,40
PT. Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	6.441.995.993,00	26.161.808.821,00	910.845.835.792,00	3,58
PT. Madom Indonesia Tbk	62.694.142.457,00	13.597.286.323,00	2.027.899.402.527,00	3,76
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	781.622.000,00	2.087.468.000,00	55.623.657.000,00	5,16
PT. Chareon Pokphand Indo Tbk	115.239.000,00	108.396.000,00	25.662.992.000,00	0,87
PT. Prashida Aneka Niaga Tbk	8.904.835.734,00	18.899.626.497,00	1.279.553.071.584,00	2,17
PT. Unilever Indonesia Tbk	3.274.951.000,00	51.619.000,00	30.757.435.000,00	10,82
PT. Delta Djakarta Tbk	9.086.764.000,00	3.306.469.000,00	571.234.135.000,00	2,17
PT. Hexindo Adi Perkasa Tbk	155.415.130.000,00	12.369.604.000,00	6.218.316.000.000,00	2,70
PT. Gajah Tunggal Tbk	17.266.000.000,00	22.627.000.000,00	12.352.917.000.000,00	0,32
PT. Indospring Tbk	2.860.521.513,00	4.067.168.234,00	1.702.447.098.851,00	0,41
PT. Intraco Tbk	36.832.000,00	12.608.000,00	2.040.544.000,00	2,42
PT. Kobexindo Tbk	22.590.672.000,00	13.193.544.000,00	1.077.545.365.000,00	3,32
PT. Nippres Tbk	16.234.715.000,00	1.035.512.000,00	911.064.069.000,00	1,90
PT. Tunas Baru Lampung Tbk	23.275.000.000,00	4.744.000.000,00	3.705.300.000.000,00	0,76
PT. Sekar Bumi Tbk	4.653.229.516,00	1.155.479.723,00	1.296.618.257.503,00	0,45
PT. Mayor Indah Tbk	68.175.795.699,00	137.057.248.782,00	12.017.837.133.337,00	1,71
PT. Selamat Sempurna Tbk	4.125.166.720,00	1.919.546.793,00	2.372.992.729.295,00	0,25
PT. Indomobil Multi Jasa Tbk	21.324.831.041,00	5.969.693.578,00	1.473.969.869.395,00	1,85
PT. Multistrada Arah Sarana Tbk	725.923.000,00	68.535.818.000,00	4.210.589.331.000,00	1,64

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Tabel 1.2
Laporan Biaya Kualitas 2014
Biaya Pencegahan (X₁), Biaya Penilaian (X₂), dan Penjualan (Y)

Nama perusahaan	2014			%
	Biaya Pencegahan	Biaya Penilaian	Penjualan	
PT. Indo Kordsa Tbk	10.025.457.000,00	2.567.786.000,00	2.700.321.598.000,00	0,47
PT. Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	6.725.424.347,00	16.220.526.828,00	898.976.979.994,00	2,55
PT. Madom Indonesia Tbk	62.703.044.633,00	14.871.553.814,00	2.308.203.551.971,00	3,36
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	1.254.071.000,00	2.466.042.000,00	63.594.452.000,00	5,85
PT. Chareon Pokphand Indo Tbk	187.650.000,00	116.317.000,00	29.150.275.000,00	1,04
PT. Prashida Aneka Niaga Tbk	8.992.593.312,00	18.349.618.000,00	975.081.057.089,00	2,80
PT. Unilever Indonesia Tbk	31.195.030,00	44.556.000,00	34.511.534.000,00	0,22
PT. Delta Jakarta Tbk	8.754.377.000,00	15.561.681.000,00	600.333.836.000,00	4,05
PT. Hexindo Adi Perkasa Tbk	136.611.995.000,00	6.863.601.100,00	5.104.710.000.000,00	2,81
PT. Gajah Tunggal Tbk	36.245.000,00	25.066.000,00	13.045.379.000,00	0,47
PT. Indospring Tbk	4.114.408.636,00	38.611.550.171,00	1.866.977.260.105,00	2,29
PT. Intraco Tbk	37.097.000,00	16.472.000,00	1.101.239.000,00	4,86
PT. Kobexindo Tbk	15.519.452.000,00	11.334.258.000,00	972.248.862.000,00	2,76
PT. Nippres Tbk	19.021.752.000,00	3.934.447.000,00	1.015.868.035.000,00	2,26
PT. Tunas Baru Lampung Tbk	22.487.000.000,00	4.235.000.000,00	6.337.600.000.000,00	0,42
PT. Sekar Bumi Tbk	9.437.012.646,00	1.393.868.791,00	1.480.764.903.724,00	0,73
PT. Mayor Indah Tbk	106.225.730.211,00	192.001.086.966,00	14.169.088.278.238,00	2,10
PT. Selamat Sempurna Tbk	9.338.000.000,00	6.144.000.000,00	2.632.860.000.000,00	0,59
PT. Indomobil Multi Jasa Tbk	22.990.616.109,00	7.308.770.346,00	1.782.116.842.234,00	1,70
PT. Multistrada Arah Sarana Tbk	9.969.817.000,00	62.853.388.000,00	3.695.962.894.000,00	1,97

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Tabel 1.3
Laporan Biaya Kualitas 2015
Biaya Pencegahan (X₁), Biaya Penilaian (X₂), dan Penjualan (Y)

Nama perusahaan	2015			%
	Biaya Pencegahan	Biaya Penilaian	Penjualan	
PT. Indo Kordsa Tbk	12.861.082.000,00	4.753.645.000,00	2.702.265.111.000,00	0,65
PT. Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	9.329.857.375,00	29.706.965.682,00	800.392.438.557,00	4,88
PT. Madom Indonesia Tbk	74.053.748.354,00	14.127.705.672,00	2.314.889.954.074,00	3,81
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	1.029.242.000,00	2.424.733.000,00	64.061.947.000,00	5,39
PT. Chareon Pokphand Indo Tbk	183.786.000,00	167.627.000,00	30.107.727.000,00	1,17
PT. Prashida Aneka Niaga Tbk	9.681.796.364,00	17.193.829.819,00	920.352.848.084,00	2,92
PT. Unilever Indonesia Tbk	269.868.000,00	40.126.000,00	36.484.080.000,00	0,85
PT. Delta Jakarta Tbk	7.677.551.000,00	32.422.117.000,00	1.573.137.749.000,00	2,55
PT. Hexindo Adi Perkasa Tbk	138.150.142.000,00	8.161.010.000,00	5.104.714.446.000,00	2,87
PT. Gajah Tunggal Tbk	31.033.000,00	53.176.000,00	12.970.237.000,00	0,65
PT. Indospring Tbk	4.236.528.664,00	32.331.473.269,00	1.659.505.639.261,00	2,20
PT. Intraco Tbk	25.010.000,00	37.808.000,00	758.090.000,00	8,29
PT. Kobexindo Tbk	13.790.530.000,00	5.290.194.000,00	467.130.625.000,00	4,08
PT. Nippres Tbk	15.874.710.000,00	3.016.886.000,00	987.862.829.000,00	1,91
PT. Tunas Baru Lampung Tbk	26.527.000.000,00	206.014.000.000,00	4.096.597.000.000,00	5,68
PT. Sekar Bumi Tbk	8.238.244.742,00	1.205.085.401,00	1.362.245.580.664,00	0,69
PT. Mayor Indah Tbk	139.724.958.048,00	213.594.677.517,00	14.818.730.635.847,00	2,38
PT. Selamat Sempurna Tbk	14.991.000.000,00	35.299.000.000,00	2.802.924.000.000,00	1,79
PT. Indomobil Multi Jasa Tbk	34.781.691.725,00	8.476.970.300,00	2.144.890.333.409,00	2,02
PT. Multistrada Arah Sarana Tbk	66.273.741.000,00	71.617.676.000,00	3.081.289.302.000,00	4,48

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas terlihat banyak sekali perusahaan yang mengeluarkan biaya kualitas lebih dari 2,5%, menurut Hansen Mowen (2009: 276) “biaya kualitas sebaiknya kurang dari 2,5% dari penjualan”. Hal ini bertentangan dengan teori yang ada. Serta konsep pendukung dari Gaspersz (2001: 3) “produk yang kualitas tinggi akan mampu meningkatkan penjualan”. Dengan anggapan bahwa tingginya kualitas yang dihasilkan karena meningkatkan penjualan. Sebaliknya dengan turunya kualitas akan menurunkan penjualan. Dalam jangka panjang produk yang tidak memenuhi kebutuhan konsumen akan segera ditinggalkan, akibatnya penjualan akan menurun sehingga laba yang diperoleh perusahaan semakin kecil.

Seperti yang terjadi pada Perusahaan PT. Multistrada Arah Sarana Tbk, PT Keramik 2015, PT. Prasadha 2013, PT. Aneka Niaga 2013, PT. Gajah Tunggal 2013, PT. Intraco 2013 dan yang lainnya, biaya kontrol perusahaan mengalami kenaikan dan yang seharusnya menyebabkan meningkatnya penjualan akan tetapi penjualan pada tahun-tahun tersebut menurun. Hal ini bertentangan dengan teori yang ada. Berdasarkan fenomena tersebut maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Biaya Pencegahan Dan Biaya Penilaian Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang dapat ditarik dalam penelitian adalah bagaimanakah pengaruh biaya

pencegahan dan biaya penilaian terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya pencegahan dan biaya penilaian terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia.

D. Manfaat Penelitian

1. Berdasarkan tujuan diatas, penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak antaranya: Bagi Penulis
Sebagai pengetahuan tambahan dan gambaran bagaimana aplikasi materi penelitian secara nyata dalam industri dengan mengambil tempat penelitian yaitu perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia.
2. Bagi perusahaan
Perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian sebagai evaluasi kinerja pada periode yang lalu dan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan untuk perencanaan masa depan.
3. Bagi Almamater
Hasil penelitian dapat menjadi salah satu bentuk aplikasi keilmuan yang telah didapatkan selama proses belajar serta menjadi tambahan sumber referensi untuk mendukung penelitian sebelumnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh biaya pencegahan dan biaya penilaian terhadap penjualan telah dilakukan oleh Rilla dan Erwin (2010) dengan judul penelitian Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada PT. Guardian Pharmatama. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh variabel independent (biaya kualitas) terhadap variabel dependen (penjualan). Dari hasil uji t untuk biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Dari hasil uji F untuk biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal dapat disimpulkan bahwa biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan.

Hasil analisa regresi diperoleh persamaan regresi linear berganda, $Y = -240710057,3 + 496,753 X_1 + 411,237 X_2 + 38,384 X_3 + 21,283 X_4$, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa pengaruh biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal terhadap penjualan adalah positif yang berarti kenaikan biaya kualitas akan mengakibatkan kenaikan pula terhadap penjualan.

Hasil uji koefisien berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Dari hasil uji F untuk biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal dapat disimpulkan bahwa biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Dari hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi linear berganda, $Y = -240710057,3 + 496,753 X_1 + 411,237 X_2 + 38,384 X_3 + 21,283 X_4$, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa pengaruh biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal terhadap penjualan adalah positif yang berarti kenaikan biaya kualitas akan mengakibatkan kenaikan pula terhadap penjualan.

Hasil uji koefisien determinasi (K_d) menunjukkan biaya kualitas memiliki kontribusi terhadap penjualan sebesar 95 % sedangkan sisanya sebesar 5 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain biaya kualitas. Determinasi (K_d) menunjukkan biaya kualitas memiliki kontribusi terhadap penjualan sebesar 95 % sedangkan sisanya sebesar 5 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain biaya kualitas.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Siti (2014) yang berjudul Pengaruh Biaya Kualitas Dan Beban Promosi Terhadap *Net Profit Margin* (NPM) Pada Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan secara variabel biaya kualitas yang terdiri dari biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal

dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh signifikan terhadap *net profit margin*.

Penelitian yang sama dilakukan juga oleh Retno dan Muhammad (2014) yang berjudul Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Penjualan Pada PT. Mitra Sejati Mulia. biaya kualitas mengalami peningkatan setiap tahunnya, akan tetapi biaya-biaya tersebut secara keseluruhan dapat dikendalikan dengan baik oleh perusahaan. Peningkatan penjualan perusahaan dipengaruhi oleh biaya kualitas sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Secara simultan biaya kualitas yang terdiri dari biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada PT. Mitra Sejati Mulia Industri selama tahun 2009-2012. Secara parsial variabel biaya penilaian (X2), biaya kegagalan internal (X3), dan biaya kegagalan eksternal (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan, sedangkan variabel biaya pencegahan (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan.

Tabel II.1
Perbandingan Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Rilla dan Erwin (2010) Dengan Judul Penelitian Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada Pt. Guardian Pharmatama.	<ol style="list-style-type: none"> Dari hasil uji t untuk biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Dari hasil uji F untuk biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal dapat disimpulkan bahwa biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. 	Sama-sama meneliti tentang biaya kualitas terhadap penjualan	Perbedaan ya pada lokasi penelitian

2.	Siti (2014) Yang Berjudul Pengaruh Biaya Kualitas Dan Beban Promosi Terhadap <i>Net Profit Margin</i> (NPM) Pada Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan secara variabel biaya kualitas yang terdiri dari biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh signifikan terhadap <i>net profit margin</i> .	Persamaanya pada variabel independenn ya	Perbedaan ya pada variabel dependeny a.
3.	Retno dan Muhammad (2014) Yang Berjudul Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Penjualan Pada PT Mitra Sejati Mulia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Secara simultan biaya kualitas yang terdiri dari biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal berpengaruh terhadap tingkat penjualan pa da PT. Mitra Sejati Mulia Industri selama tahun 2009-2012. 2. Secara parsial variabel biaya penilaian (X2), biaya kegagalan internal (X3), dan biaya kegagalan eksternal (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan, sedangkan variabel biaya pencegahan (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan. 	Sama-sama meneliti tentang biaya kualitas	Perbedaan ya penelitian sebelumnya meneliti biaya kualitas dengan seluruh komponen ya tetapi penulis hanya meneliti tentang aktifitas kontroldari biaya kualitas.

Sumber: Penulis, 2017

B. Landasan Teori

1. Biaya Kualitas

a. Pengertian Biaya

Menurut Mulyadi (2014: 8) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang mungkin terjadi untuk tujuan tertentu. Ada empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut, yaitu: Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, Diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Contoh: perusahaan percetakan mencetak buku berjudul "akuntansi biaya". Untuk itu perusahaan memakai 1.000 rim kertas HVS 80 gram dengan harga Rp2.000 per rim, sehingga total harga kertas yang dipakai untuk mencetak buku tersebut Rp 2.000.000. Dari contoh tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa biaya untuk membuat buku berjudul "akuntansi biaya" berjumlah Rp 2.000.000 karena :

- 1) Kertas 1.000 rim yang dipakai dalam percetakan buku tersebut merupakan pengorbanan sumber ekonomi. Kertas tersebut merupakan pengorbanan sumber ekonomi. Kertas tersebut merupakan benda atau sumber ekonomi, karena memiliki unsur langka. Untuk mendapatkan kertas tersebut perusahaan membutuhkan pengorbanan uang.
- 2) Pengorbanan tersebut diukur dalam satuan uang. Jumlah kertas yang dikorbankan untuk membuat buku tersebut adalah 1.000 rim. Karena harganya per rim Rp2.000, maka biaya pembuatan buku tersebut $Rp2.000 \times 1.000 = Rp2.000.000$. Yang merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk tujuan tertentu dapat digabungkan/dijumlahkan maka ukuran yang dipakai untuk menilai pengorbanan tersebut harus sama. Satu-satunya ukuran yang dapat digunakan untuk menyamakan ukuran pengorbanan sumber ekonomi adalah satuan uang.
- 3) Pengorbanan sumber ekonomi tersebut telah terjadi.
- 4) Pengorbanan sumber ekonomi tersebut adalah bertujuan, yaitu untuk mencetak "akuntansi biaya".

b. Pengertian Kualitas

Menurut Goetsch dan Davis dalam buku Siswanto (2015: 195) mutu (*quality*) merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Definisi ini didasarkan atas elemen sebagai berikut:

1. Mutu meliputi usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Mutu mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
3. Mutu merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap kurang bermutu pada masa yang akan datang),

c. Pengertian biaya kualitas

Menurut L.M.Samryn (2012: 306) biaya kualitas adalah biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk. Menurut William K. Carter (2013: 1) biaya mutu (*the cost of quality*) sering disalah artikan. Biaya mutu tidak hanya untuk mencapai mutu. Melainkan juga biaya yang terjadi Karena kurangnya mutu.

Menurut Hansen Mowen (2009: 272), biaya kualitas adalah biaya-biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang kualitasny buruk.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa biaya kualitas adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan kualitas produk, yang terdiri dari biaya untuk mencegah kualitas produk yang buruk dan biaya

yang dikeluarkan untuk memperbaiki produk cacat, baik yang masih ditangan produsen maupun produk cacat yang telah sampai ketangan konsumen dalam mencapai standar yang ditetapkan. Atau pun dapat disimpulkan bahwa Biaya kualitas adalah biaya yang dikeluarkan untuk mencegah atau memperbaiki produk bermutu buruk yang ada atau mungkin ada untuk mencapai standar spesifikasi yang telah ditetapkan.

Perusahaan menerapkan program perbaikan kualitas, timbul kebutuhan untuk memantau dan melaporkan kemajuan dari program-program tersebut. Pengertian kualitas (kamus) adalah “derajat atau tingkat kesempurnaan”. Dalam hal ini, kualitas adalah ukuran relatif dari kebaikan (*Goodness*) (Hansen Mowen 2009: 269). Produk atau jasa yang berkualitas memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam delapan dimensi: kinerja (*performance*), estetika (*aesthetics*), kemudahan perawatan dan perbaikan (*serviceability*), fitur (*features*), keandalan (*reliability*), tahan lama (*durability*), kualitas kesesuaian (*quality of conformance*) dan kecocokan penggunaan (*fitness for use*).

1) Kinerja (*Performance*)

Dimensi kinerja untuk jasa dapat didefinisikan lebih jauh sebagai atribut daya tangkap, kepastian dan empati. Daya tangkap (*Responsiveness*) adalah keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang konsisten dan bersifat segera. Kepastian (*Assurance*), mengacu pada pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan mereka membangun kepercayaan dan keyakinan

pelanggan. Empati (*Empathy*) berarti peduli dan memberikan perhatian individual terhadap pelanggan.

2) Estetika (*Aesthetics*)

Estetika berhubungan dengan penampilan wujud produk (misalnya gaya dan keindahan) serta penampilan fasilitas, peralatan, pegawai dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa. Kemudahan perawatan dan perbaikan (*Serviceability*)

3) Kemudahan perawatan dan perbaikan (*Serviceability*)

Kemudahan perawatan dan perbaikan berkaitan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk.

4) Fitur (*Features*)

Fitur (kualitas desain) adalah karakteristik produk yang berbeda dari produk-produk sejenis yang fungsinya sama. Misalnya, fungsi mobil adalah sebagai alat transportasi.

5) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi seperti yang dimaksudkan dalam jangka waktu tertentu.

6) Tahan lama (*Durability*)

Tahan lama didefinisikan sebagai jangka waktu produk dapat berfungsi.

7) Kualitas kesesuaian (*Quality of Conformance*)

Kualitas kesesuaian adalah ukuran mengenai apakah sebuah produk telah memenuhi spesifikasinya atau tidak.

8) Kecocokan penggunaan (*Fitness for Use*)

Kecocokan penggunaan adalah kecocokan dari suatu produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang diiklankan.

Perbaikan kualitas berarti perbaikan satu atau lebih dari 8 dimensi tersebut diatas sambil tetap mempertahankan kinerja dimensi lainnya. Menyediakan produk yang lebih baik kualitasnya daripada pesaing berarti mengungguli produk pesaing setidaknya satu dimensi sementara kinerja dimensi lainnya tetap setara.

d. Standar biaya kualitas yang ditetapkan perusahaan

Menurut Hansen Mowen (2009: 276) standar biaya kualitas dalam suatu perusahaan itu sebaiknya kurang dari 2,5% dari penjualan.

e. Mengukur Biaya Kualitas

Biaya kualitas dapat diklasifikasikan sebagai biaya yang dapat diamati atau tersembunyi. Biaya kualitas yang dapat diamati (*Observable Quality Cost*) adalah biaya-biaya yang tersedia atau dapat diperoleh dari catatan akuntansi perusahaan. Biaya kualitas yang tersembunyi (*hidden quality cost*) adalah biaya kesempatan (*opportunity*) yang terjadi karena kualitas yang buruk (Hansen & Mowen2009: 273).

f. Dinamis Biaya Kualitas

Ketika Perusahaan Menambah biaya pencegahan dan penilaian serta menurunkan biaya kegagalan, selanjutnya mereka dapat mengurangi biaya pencegahan dan penilaian tersebut. Sesuatu yang awalnya berbanding terbalik berubah menjadi pengurangan yang

permanen di semua kategori. Contoh: sebuah perusahaan memutuskan untuk memperbaiki kualitas input bahan bakunya melalui penerapan program seleksi pemasok, agar diperoleh pemasok dengan standar kualitas tertentu. Ketika program itu mulai dijalankan, biaya tambahan seperti biaya untuk peninjauan data pemasok, negosiasi kontrak, komunikasi dengan pemasok, kemungkinan terjadi.

Biaya pencegahan dan penilaian pun tetap dianggarkan sesuai dengan jumlah sebelumnya. Tetapi ketika biaya kegagalan turun, misal : berkurangnya keluhan pelanggan dan berkurangnya biaya perbaikan; maka biaya penilaian juga akan turun. Efeknya ialah pengurangan pada semua biaya kualitas, sehingga kualitas semakin meningkat.

g. Klasifikasi biaya kualitas

Menurut William (2013: 218-219) Empat katagori biaya kualitas dibedakan, yaitu :

- 1) Biaya pencegahan (*preventions cost*) biaya pencegahan adalah biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya kegagalan produk. Biaya pencegahan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendesain produk dan sistem produksi bermutu tinggi, termasuk biaya untuk menerapkan dan memelihara sistem-sistem tersebut. Pencegahan kegagalan produk dimulai dengan mendesain mutu ke dalam produk dan proses produksi. Komponen-komponen dan peralatan bermutu tinggi harus digunakan. Pemeliharaan preventif harus dilakukan secara berkala atas peralatan dan mesin untuk mempertahankan mutu yang

tinggi. Karyawan harus dilatih dengan baik dan bermotivasi tinggi. Seluruh karyawan, mulai dari manajemen puncak sampai setiap pekerja dipabrik harus terus-menerus mencari cara untuk memperbaiki mutu produk.

- 2) Biaya penilaian (*appraisal cost*) adalah biaya yang terjadi untuk mendeteksi kegagalan produk. Biaya penilaian terdiri atas biaya inspeksi dan pengujian bahan baku, biaya inspeksi produk selama dan setelah proses produksi, serta biaya untuk memperoleh informasi dari pelanggan mengenai kepuasan merek atas produk tersebut.
- 3) Biaya kegagalan internal (*internal failure cost*) biaya yang terjadi selama proses produksi, seperti biaya sisa bahan baku, biaya barang cacat, biaya pengerjaan kembali, dan terhentinya produksi karena kerusakan mesin atau kehabisan bahan baku.
- 4) Biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*) adalah biaya yang terjadi setelah produk dijual, meliputi biaya untuk memperbaiki dan mengganti produk yang rusak selama masa garansi, biaya untuk menangani keluhan pelanggan, dan biaya hilangnya penjualan akibat ketidakpuasan pelanggan.

Menurut Mowen (2009: 272) klasifikasi biaya kualitas dikelompokkan menjadi, yaitu :

- 1) Biaya pencegahan (*prevention cost*) terjadi untuk mencegah kualitas yang buruk produk atau jasa yang dihasilkan. Contoh: biaya pencegahan adalah biaya rekayasa kualitas, program pelatihankualitas,

perencanaan kualitas, pelaporan kualitas, pemilihan dan evaluasi pemasok, audit kualitas, siklus kualitas, uji lapangan, peninjauan desain.

- 2) Biaya penilaian (*appraisal cost*) terjadi untuk menentukan apakah produk dan jasa telah sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan pelanggan. Contoh: biaya penilaian adalah biaya pemeriksaan dan pengujian bahan baku, pemeriksaan kemasan, pengawasan kegiatan penilaian, penerimaan produk, penerimaan proses, peralatan pengukuran(pemeriksaan dan pengujian), dan pengesahan dari pihak luar.
- 3) Biaya kegagalan internal terjadi karena produk dan jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi atau kebutuhan pelanggan. Contoh: sisa bahan, pengerjaan ulang, penghentian mesin (karena adanya produk yang cacat), pemeriksaan ulang, pengujian ulang, dan perubahan desain.
- 4) Biaya kegagalan eksternal terjadi karena produk dan jasa yang dihasilkan gagal memenuhi persyaratan atau tidak memuaskan kebutuhan pelanggan setelah produk disampaikan kepada pelanggan. Contoh : biaya penarikan produk pasar, biaya kehilangan penjualan karena kinerja produk yang buruk, serta retur dan potongan penjualan karena kualitas yang buruk, biaya garansi, perbaikan, tanggung jawab hukum yang timbul, ketidakpuasan pelanggan, hilangnya pangsa pasar dan biaya yang mengatasi keluhan pelanggan.

h. Manfaat informasi biaya kualitas

Menurut Garisson/Norren/Brewer (2013: 90) manfaat informasi biaya kualitas ,yaitu:

- a) Informasi biaya kualitas membantu manajer melihat keuntungan finansial dari cacat. Para menejer biasanya tidak sadardengan besarnya biaya kualitas mereka karena biaya-biaya ini melintas batas departemen dan tidak ditelusuri dan diakumulasikan secara normal oleh sistem biaya. Maka dari itu, ketika pertama kali disajikan dengan laporan biaya kualitas, para menejer sering kali terkejut dengan jumlah biaya yang diakibatkan oleh kualitas yang buruk.
- b) Informasi biaya kualitas membantu para menejer mengidentifikasikan pentingnya masalah-masalah kualitas yang dihadapi perusahaan.
- c) Informasi biayakualitas membantu menejer melihat apakah biaya-biaya kualitas diperusahaan mereka didistribusikan secara baik.

2. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Menurut Swastha (2001: 8) menjual adalah ilmu seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang /jasa yang ditawarkan. Jadi,

adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan/atau jasa antar penjualan dan pembeli.

Menurut Soemarso dalam Rilla (2009), penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepada pembeli untuk barang dagangan yang diserahkan dan merupakan pendapatan perusahaan yang bersangkutan.

Berdasarkan definisi diatas dapat diartikan bahwa penjualan merupakan tujuan utama perusahaan, dengan pengertian bahwa yang dimaksud penjualan adalah pengalihan kepemilikan hak atas barang dan/atau jasa dari pihak penjual ke pembeli disertahkan dengan penyerahan imbalan atau pembeli dari pihak penerima barang atau jasa kepada pihak penjual sebagai timbal balik atas penjualan barang atau jasa tersebut.

b. Jenis-jenis penjualan

Menurut Basu Swastha(2001: 11) jenis-jenis penjualan, yaitu:

1) *Trade selling*

Trade selling dapat terjadi bilaman produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka.

2) *Missionary selling*

Dalam *minisonary selling*, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.

3) *Technical selling*

Technical selling berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberi saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya.

4) *New business selling*

New business selling berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini sering dipakai asuransi.

5) *Responsive selling*

Setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan

Menurut Swastha (2001: 129-131) kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1) Kondisi dan kemampuan penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini, penjual harus dapat menyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

2) Kondisi pasar

Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula memengaruhi kegiatan penjualannya.

3) Modal

Akan lebih sulit bagi penjuala untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual.dalam hal ini penjuala harus memperkenalkan dulu atau membawa barangnya ketempat pembeli.Untuk melaksanakn maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan atau diluar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya.

4) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli dibidang penjualan. Lain halnya dengan perushaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga memegang fungsi-fungsi lain.hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya sederhana, masalah-masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga tidak sekompleks perusahaan besar.

5) Faktor lain

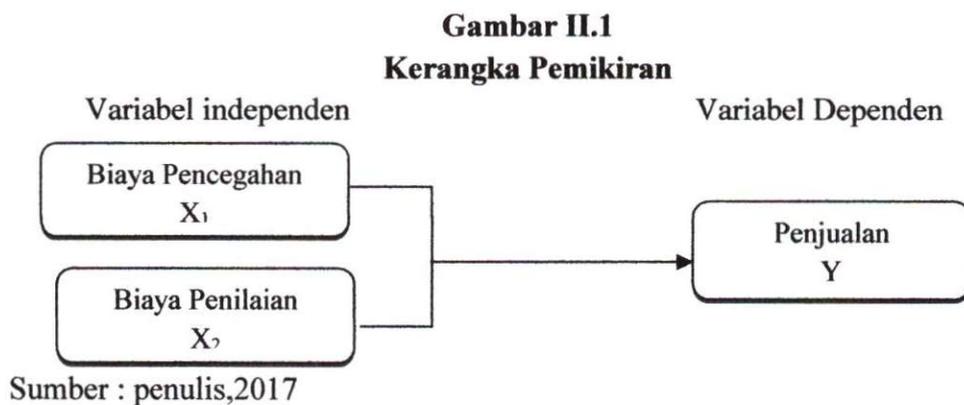
Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan,kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.

d. Pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan

Biaya kualitas adalah biaya yang cukup signifikan didalam perusahaan apabila kualitas produk atau jasa yang dihasilkan berkualitas buruk. kualitas yang buruk hanya menyebabkan kerugian bagi perusahaan padatingkatan yang tak terduga.

Menurut Blochert (2007: 384-385) perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa bermutu dapat meningkatkan penjualan dan mendapatkan laba yang tinggi. Mutu merupakan hal yang penting untuk berbagai alasan lain. Biaya mutu bisa sangat besar. Dari sini dapat kita lihat bahwa adanya hubungan antara biaya kualitas akan berdampak pada peningkatan penjualan.

e. Kerangka Pemikiran



C. Hipotesis

H₁= Biaya pencegahan dan biaya penilaian signifikansi memengaruhi penjualan.

H₂= Biaya pencegahan signifikansi memengaruhi penjualan.

H₃=Biaya penilaian signifikansi memengaruhi penjualan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Misbahuddin dan Iqbal (2013: 8) jenis penelitian berdasarkan tingkat eksplanasinya penelitian dibedakan atas tiga jenis, sebagai berikut:

1) **Penelitaian Deskriptif**

Penelitaian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai dari suatu variabel. Dalam hal ini, variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Penelitian ini hanya menggunakan satu sampel.

2) **Penelitian Komparatif**

Penelitian komparatif adalah penelitian yang dilakukan untuk membandingkan nilai satu variabel dengan variabel lainnya dalam waktu yang berbeda. Penelitian ini menggunakan lebih dari satu sampel.

3) **Penelitiaan Hubungan**

Penelitian hubungan adalah penelitian yang dilakukan untuk menggabungkan antara dua variabel atau lebih. Melalui penelitian ini akan dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu fenomena. Penelitian ini menggunakan sampel lebih dari satu sampel.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hubungan untuk menggabungkan dua variabel atau lebih.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini diambil dari perusahaan manufaktur yang terdaftar dibursa efek indonesia tahun 2013 s/d 2015.

C. Operasional Variabel

Menurut Husein (2011: 48) variabel independen yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya/terpengaruhnya variabel dependen. Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen.

Tabel III.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	indikator	Skala
Biaya pencegahan(X_1)	Biaya pencegahan (<i>preventions cost</i>) biaya pencegahan adalah biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya kegagalan produk	1. biaya pemeliharaan dan perbaikan, 2. biaya sewa, 3. biaya telepon, 4. biaya pelatihan dan pengembangan 5. biaya perjalanan dinas, 6. biaya khusus/pendidikan	Nominal
Biaya penilaian(X_2)	Biaya penilaian (<i>appraisal cost</i>) adalah biaya yang terjadi untuk mendeteksi kegagalan produk.	1. Biaya Jamuan Tamu 2. Biaya Jasa Tenaga Ahli 3. Biaya Pengiriman 4. Biaya Pengemasan 5. Biaya Laboratorium	Nominal
Penjualan (Y)	Penjualan adalah pengalihan kepemilikan hak atas barang dan/atau jasa dari pihak penjual ke pembeli disertahkan dengan penyerahan imbalan atau pembeli dari pihak penerima barang atau jasa kepada pihak penjual sebagai timbal balik atas penjualan barang atau jasa tersebut.	a. Jumlah produk b. Harga	Nominal

Sumber : penulis,2017

D. Populasi dan sampel

Menurut Kuncoro (2009: 118) Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua data mengenai data kualitas dan penjualan diperusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015.

Sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi (Kuncoro, 2009: 118). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dibatasi pada 20 perusahaan manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015. Sementara itu metode sampel yang diambil dari penelitian ini ialah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengumpulan data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014: 392). Dimana sampel harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) Perusahaan mengeluarkan laporan keuangan tahunan konsolidasi yang berakhir pada 31 desember 2013, 2014 dan 2015
- 2) Perusahaan terdaftar berkelanjutan selama tahun 2013 s/d 2015
- 3) Dalam laporan laba rugi dan catatan-catatannya terdapat biaya-biaya yang berkaitan dengan kualitas produk (seperti beban pemeliharaan dan perbaikan, perkembangan, pelatihan, jamuan, tenaga ahli, penjualan dan lain-lain) dan terdapat penjualan bersih.

Tabel III.3
Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa
Efek Indonesia Tahun 2013 s/d 2015

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	BRAM	PT. Indo Kordsa Tbk
2	KIAS	PT. Keramik Indonesia Assosiasi Tbk
3	TCID	PT. Madom Indonesia Tbk
4	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
5	CPIN	PT. Chareon Pokphand Indo Tbk
6	PSDN	PT. Prashida Aneka Niaga Tbk
7	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk
8	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk
9	HEXA	PT. Hexindo Adi Perkasa Tbk
10	GJTL	PT. Gajah Tunggal Tbk
11	INDS	PT. Indospring Tbk
12	INTA	PT. Intraco Tbk
13	KOBX	PT. Kobexindo Tbk
14	NIPS	PT. Nippres Tbk
15	TLBA	PT. Tunas Baru Lampung Tbk
16	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk
17	MYOR	PT. Mayor Indah Tbk
18	SMSM	PT. Selamat Sempurna Tbk
19	IMJS	PT. Indomobil Multi Jasa Tbk
20	MASA	PT. Multistrada Arah Sarana Tbk

Sumber : Penulis, 2017

E. Data yang Diperlukan

Menurut Misbahuddin dan Iqbal (2013: 21) pengumpulan data menurut sumber pengambilanya, data dibedakan atas data primer dan data sekunder.

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer disebut juga data asli atau data baru.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang-orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Data sekunder berupa laporan tahunan konsolidasi perusahaan manufaktur

di bursa efek indonesia serta diperoleh juga dari artikel, jurnal, dan penelitia –penelitian terdahulu.

F. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014: 401-423) teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara, yaitu :

1) Pengumpulan Data dengan Observasi

Nasution (1988) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

2) Pengumpulan Data dengan Wawancara / Interview

Esterberg (2002) wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan maknadalam suatu topik tertentu.

3) Teknik Pengumpulan Data dengan dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

4) Trianggulasi

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi, dalam metode dokumentasi penulis mengumpulkan data dengan cara menganalisis dan catatan atas laporan

keuangan tahunan konsolidasi industri manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2013 s/d 2015.

G. Analisis Data dan Teknik Analisis

1. Analisis data

Menurut Misbahuddin dan Iqbal (2013: 33) analisis data dapat berbentuk, seperti berikut:

1) Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat bersifat kuantitatif, yaitu alat analisis yang menggunakan model-model, seperti matematika (misalnya fungsi multivariate), model statistik, dan ekonometrik. Hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu urutan.

2) Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang tidak menggunakan model matematika, model statistik, dan ekonometrik atau model-model tertentu lainnya. Analisis data yang dilakukan terbatas pada teknik pengolahan datanya seperti pada pengecekan data dan tabulasi. Dalam hal ini, sekedar membaca table-tabel, grafik-grafik, atau angka-angka yang tersedia, kemudian melakukan uraian dan penafsiran.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan model statistik yang disajikan dengan angka-angka yang akan disajikan dan diinterpretasikan dalam suatu urutan.

2. Teknik analisis

Teknik analisis dalam pengambilan data dilakukan dengan cara, sebagai berikut: Mengumpulkan data obyek penelitian yang berupa gambaran umum perusahaan, laporan keuangan konsolidasi perusahaan untuk beberapa periode akuntansi dan mengolah data yang diperoleh, yaitu laporan biaya kualitas (biaya pencegahan dan biaya penilaian) perusahaan untuk beberapa periode akuntansi, menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS, dan Melakukan pembahasan dan analisis data yang tersedia agar dapat memberikan alternatif pemecahan.

a) Analisis Stasitik Deskriptif

Menurut Misbahuddin dan Iqbal (2013: 258) statistik deskriptif merupakan bentuk analisis data untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel. Analisis deskriptif ini dilakukan melalui pengujian hipotesis deskriptif. Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak. jika hipotesis nol (H_0) diterima, bearti hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

b) Uji Klasik

Menurut Husein (2011: 175) setelah data berhasil dikumpulkan, selanjutnya dalam rangka analisis hubungan-hubungan antarvariabel, data akan diuji terlebih dahulu untuk mengetahui hal-hal berikut:

- (1) Apakah terdapat data yang eksterm atau tidak?
- (2) Apakah data terdistribusi normal atau tidak?
- (3) Apakah data memiliki sifat multikolineritas?

(4) Apakah data memiliki sifat homoskedastisitas atau tidak?

Untuk mengetahui dan memahami uji persyaratan data, pada bagian ini akan dipaparkan bagaimana melakukan uji dengan dukungan perangkat lunak SPSS yang dilengkapi dengan petunjuk kerja.

1) Uji Normalitas

Menurut Husein (2011: 181) uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggunakan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Autokorelasi

Menurut Husein (2011: 183-185) uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antardata yang ada pada variabel-variabel penelitian. Dengan kriteria, yaitu:

reject H_0 jika $d < d_L$

reject H_0 jika $d > 4 - d_L$

no reject H_0 jika $d_L < d < 4 - d_L$

Pengujian tidak menyakinkan:

$$d_L \leq d \leq d_u$$

$$4-d_u \leq d \leq 4-d_L$$

Catatan: d_L singkatan d *low* dan d_u singkatan d *up*.

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Husein (2011: 179) uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Uji multikolinieritas

Menurut Husein (2011: 177-178) uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Nilai VIF (*variance inflation factor*) disekitar angka 1 dan tolerance mempunyai nilai mendekati angka 1.

c) Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Misbahuddin dan Iqbal (2013: 88) regresi linear berganda adalah regresi linear dimana variabel terikatnya (variable Y) dihubungkan dengan dua lebih variable bebas (variable X). Penambahan variable bebas ini diharapkan dapat lebih menjelaskan

karakteristik hubungan yang ada, walaupun masih saja ada variable yang terabaikan.

Bentuk umum persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

1) Bentuk Stokkatik

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k + e$$

2) Bentuk Nonstokkatik (Deterministik)

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k$$

Keterangan :

Y = variable terikat (nilai duga Y)

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_k$ = variable bebas

$a, b_1, b_2, b_3, \dots, b_k$ = koefisien regresi linear berganda

a = nilai, jika $X_1 = X_2 = X_3 = \dots = X_m = 0$

b_1 = besarnya satuan kenaikan/penurunan Y dalam satuan, jika X_1 , naik/turun satu satunya dalam X_2 dan X_3 konstan

b_2 = besarnya satuan kenaikan/penurunan Y dalam satuan, jika X_2 , naik/turun satu satunya dalam X_1 dan X_3 konstan

b_3 = besarnya satuan kenaikan/penurunan Y dalam satuan, jika X_3 , naik/turun satu satunya dalam X_1 dan X_2 konstan

b_k = besarnya satuan kenaikan/penurunan Y dalam satuan, jika X_k , naik/turun satu satunya dalam X lainnya konstan

Tanda + = tanda yang menunjukkan arah hubungan searah antara Y dengan X. tanda ini bisa juga (-) yang menunjukkan arah hubungan berkebalikan antara Y dengan X.

b_1, b_2, b_3, b_m disebut juga koefisien regresi parsial (*partical coefficient regression*).

Nilai diduga dari Y (prediksi Y) dapat dilakukan dengan menggantikan variable X- variable X- nya dengan nilai- nilai tertentu.

d) Koefisien Penentu atau Koefisien Determinasi

Menurut Misbahuddin dan Iqbal (2013: 49) koefisien penentu (KP) atau koefisien determinasi (KD) adalah angka atau indeks yang digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variable atau lebih (variable bebas, X) terhadap variasi (nilai/turunnya) variable yang lain (variable teikat, Y).

e) Uji Statistik Regresi Linear Berganda

Menurut Misbahuddin dan Iqbal (2013: 159-161) uji statistik regresi linear berganda digunakan untuk menguji signifikansi atau tindaknya hubungan dua variable melalui koefisien regresinya.

Untuk menguji regresi linear sederhana. Uji statistiknya dapat dibedakan atas dua sebagai berikut:

1) Uji serentak

Uji serentak, yaitu statistik bagi koefisien regresi yang serentak atau bersama-sama memengaruhi Y, uji ini menggunakan uji F.

Proses uji statistiknya sebagai berikut:

(a) Menentukan formulasi hipotesis.

H_0 : tidak ada pengaruh $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$, terhadap Y

H_1 : ada pengaruh $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$, terhadap Y

(b) Menentukan taraf nyata (α) dan F table

(1) Taraf nyata yang digunakan biasanya 5% (0,05) atau 1% (0,01)

(2) Nilai F tabel memiliki derajat bebas (db), $V_1 = M-1; V_2 = n-m$

$$F_{\alpha; (v_1)(v_2)} = \dots\dots$$

(3) Menentukan kriteria pengujian

H_0 : diterima (H_1 ditolak) apabila $F_0 \leq F_{\alpha; (v_1)(v_2)}$

H_0 : ditolak (H_1 diterima) apabila $F_0 > F_{\alpha; (v_1)(v_2)}$

(4) Menentukan nilai uji statisti

$$F_0 = \frac{R^2 (n-k-1)}{k(1-R^2)}$$

(5) Membuat kesimpulan

Menyimpulkan H_0 diterima atau ditolak.

2) Uji Individual

Uji individual, yaitu statistic bagi koefisien regresi dengan hanya satu koefisien regresi yang memengaruhi Y, uji ini menggunakan uji t.

Prosedur statistiknya sebagai berikut:

a) Menentukan formulasi hipotesisnya.

$H_0 : B_i = B_0$ (tidak ada hubungan positif antara X_i dan Y)

$H_1 : B_i > B_0$ (ada hubungan positif antara X_i dan Y)

$H_0 : B_i < B_0$ (tidak ada hubungan positif antara X_i dan Y)

$H_1 : B_i \neq B_0$ (ada hubungan positif antara X_i dan Y)

b) Menentukan taraf nyata (α) data t table

(1) Taraf nyata yang digunakan biasanya 5% (0,05) atau 1% (0,01) untuk diuji satu arah dan 2,5% (0,025) atau 0,5 (0,005) untuk diuji dua arah.

(2) Nilai t table memiliki derajat bebas (db) = n-2

$$t_{\alpha, n-2} = \dots \dots \dots \text{ atau } t_{\alpha/2, n-2}$$

(3) Menentukan criteria pengujian

(a) Untuk H_0 : tidak ada hubungan positif antara X_i dan Y

H_1 : tidak ada hubungan positif antara X_i dan Y

H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila $t_0 \leq t_{\alpha}$

H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $t_0 > t_{\alpha}$

(b) Untuk H_0 : tidak ada hubungan negatif antara X_i dan Y

H_1 : ada hubungan negatif antara X_i dan Y

H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila $t_0 \leq -t_{\alpha}$

H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $t_0 > -t_{\alpha}$

(c) Untuk H_0 : tidak ada hubungan negatif antara X dan Y

H_1 : tidak ada hubungan negatif antara X dan Y

H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila $-t_{\alpha/2} \leq t_0 \leq t_{\alpha}$

H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $-t_{\alpha/2} \leq t_0 \leq t_{\alpha}$

(4) Menentukan nilai uji statistic (nilai t_0)

$$t_0 = x = \frac{b_1 - B_1}{Sb_1}, \quad I = 1, 2, 3, \dots \dots \dots$$

(5) Membuat kesimpulan

Menyimpulkan H_0 diterima atau ditolak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Bursa Efek Indonesia (BEI)

Secara historis, pasar modal telah hadir jauh sebelum indonesia merdeka. Pasar modal atau Bursa Efek telah hadir sejak jaman kolonial belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di batavia. pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah hindia belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC.

Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Pemerintahan Republik indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977, dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah. Secara singkat, tonggak perkembangan pasar modal di Indonesia dapat dilihat sebagai berikut: Desember 1912 Bursa

Efek pertama di Indonesia dibentuk di Batavia oleh Pemerintah Hindia Belanda. 1914-1918 Bursa Efek di Batavia ditutup selama Perang Dunia I. 1925- 1942 , bursa Efek di Jakarta dibuka kembali bersama dengan Bursa Efek di Semarang dan Surabaya. Awal tahun 1939, karena isu politik (perang dunia II) Bursa Efek di Semarang dan Surabaya ditutup. 1942-1952, bursa Efek di Jakarta ditutup kembali selama Perang Dunia II. 1956, Program nasionalisasi perusahaan Belanda. Bursa Efek semakin tidak aktif. 1956-1977, Perdagangan di Bursa Efek vakum. 10 Agustus 1977, bursa Efek diresmikan kembali oleh Presiden Soeharto. BEJ dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal). Pengaktifan kembali pasar modal ini juga ditandai dengan go public PT Semen Cibinong sebagai emiten pertama. 1977-1987, perdagangan di Bursa Efek sangat lesu. Jumlah emiten hingga 1987 baru mencapai 24. Masyarakat lebih memilih instrumen perbankan dibandingkan instrumen Pasar Modal. 1987, ditandai dengan hadirnya Paket Desember 198 (PAKDES 87) yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan Penawaran Umum dan investor asing menanamkan modal Indonesia.

1988-1990, paket deregulasi dibidang Perbankan dan Pasar Modal diluncurkan. Pintu BEJ terbuka untuk asing. Aktivitas bursa terlihat meningkat. 2 Juni 1988, bursa Paralel Indonesia (BPI) mulai beroperasi dan dikelola oleh Persatuan Perdagangan Uang dan Efek (PPUE), sedangkan organisasinya terdiri dari broker dan dealer. Desember 1988, Pemerintah mengeluarkan Paket Desember 88 (PAKDES 88) yang

memberikan kemudahan perusahaan untuk go public dan beberapa kebijakan lain yang positif bagi pertumbuhan pasar modal. 16 Juni 1989, Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi dan dikelola oleh Perseroan Terbatas milik swasta yaitu PT Bursa Efek Surabaya. 13 Juni 1989, swastanisasi BEJ. BAPEPAM berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal. Tanggal ini diperingati sebagai HUT BEJ.

22 Mei 1995, sistem Otomasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan sistem computer JATS (*Jakarta Automated Trading Systems*). 10 November 1995, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang-Undang ini mulai diberlakukan mulai Januari 1996. 1995, Bursa Paralel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya. 2000, sistem Perdagangan Tanpa Warkat (*scripless trading*) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia. 2000, BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (*remote trading*). 2007, penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI). 02 Maret 2009, peluncuran Perdana Sistem Perdagangan Baru PT Bursa Efek Indonesia: JATS-NextG.

2. Sejarah Singkat Dan Profil Perusahaan Manufaktur

a. Indo Kordsa Tbk (BRAM)

Indo Kordsa Tbk (BRAM) didirikan 08 Juli 1981 dan mulai memproduksi secara komersial pada tanggal 1 April 1987. Kantor pusat dan pabrik Indo Kordsa berlokasi di Jl. Pahlawan, Desa Karang Asem Timur, Citeureup, Bogor. BRAM tergabung dalam kelompok usaha

Grup Kordsa Global Endustriyel Iplik ve Kord Bezi Sanayi ve Ticaret A.S. (Kordsa Global, Turki), suatu perusahaan yang berdomisili di Turki. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Indo Kordsa Tbk, antara lain: Kordsa Global AS (60,21%), Robby Sumampow (Komisaris) (23,92%) dan PT Risjadson Suryatama (5,61%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan BRAM meliputi bidang manufaktur dan pemasaran ban, filamen yarn (serai-serat nylon, polyester, rayon), benang nylon untuk ban dan bahan baku polyester (purified terephthalic acid). Hasil produksi BRAM dipasarkan di dalam dan di luar negeri, ke Asia dan Timur Tengah. Pada tanggal 20 Juli 1990, BRAM memperoleh izin Menteri Keuangan untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham BRAM (IPO) kepada masyarakat sebanyak 12.500.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp9.250,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 05 September 1990.

b. Keramika Indonesia Assosiasi Tbk (KIAS)

Keramika Indonesia Assosiasi Tbk (KIAS) didirikan tanggal 28 Nopember 1968 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tanggal 1968. Kantor pusat KIAS berdomisili di Graha Atrium Lantai 5, Jalan Senen Raya No. 135, Jakarta Pusat 10410, dengan pabrik berlokasi di Cileungsi dan Karawang. Telp : (62-21) 386-2322

(Hunting), Fax : (62-21) 386-2311. Pemegang saham pengendali Keramika Indonesia Assosiasi Tbk adalah SCG Building Materials Co. Ltd., dengan total kepemilikan sebesar 96,31%. SCG Building Materials Co., Ltd. adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri bahan bangunan di Thailand yang berdiri pada tanggal 9 Desember 1998.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan KIAS meliputi Industri dan distribusi produk keramik. Kegiatan usaha utama KIAS dan anak usahanya bergerak di bidang produksi dan distribusi ubin lantai, ubin dinding serta genteng dengan merek KIA, Impresso dan KIA Roof. Pada tanggal 04 Nopember 1994, KIAS memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham KIAS (IPO) kepada masyarakat sebanyak 25.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp2.750,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 08 Desember 1994.

c. Mandom Indonesia Tbk (TCID)

Mandom indonesia tbk (TCID) didirikan tanggal 5 Nopember 1969 dengan nama PT Tancho Indonesia dan mulai berproduksi secara komersial pada bulan April 1971. Kantor pusat TCID terletak di Kawasan Industri MM 2100, Jl. Irian Blok PP, Bekasi 17520. Sedangkan pabrik berlokasi di Sunter, Jakarta dan Kawasan Industri MM2100, Cibitung-Jawa Barat. Pemegang saham yang memiliki 5%

atau lebih saham Mandom Indonesia Tbk, antara lain: Mandom Corporation, Jepang (60,84%) dan PT Asia Jaya Paramita (11,32%). Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan TCID meliputi produksi dan perdagangan kosmetika, wangi-wangian, bahan pembersih dan kemasan plastik termasuk bahan baku, mesin dan alat produksi untuk produksi dan kegiatan usaha penunjang adalah perdagangan impor produk kosmetika, wangi-wangian, bahan pembersih. Mandom memiliki 2 merek dagang utama yaitu Gatsby dan Pixy. Selain itu, Mandom juga memproduksi berbagai macam produk lain dengan merek pucelle, Lucido-L, Tancho, Mandom, Spalding, Lovillea, Miratone, dan lain-lain termasuk beberapa merek yang khusus ditujukan untuk ekspor. Pada tanggal 28 Agustus 1993, TCID memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham TCID (IPO) kepada masyarakat sebanyak 4.400.000 saham dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dan harga penawaran Rp7.350,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 30 September 1993.

d. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)

Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) didirikan tanggal 14 Agustus 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1990. Kantor pusat INDF berlokasi di Sudirman Plaza, Indofood Tower, Lantai 21, Jl. Jend. Sudirman Kav.

76 – 78, Jakarta 12910 – Indonesia. Sedangkan pabrik dan perkebunan INDF dan anak usaha berlokasi di berbagai tempat di pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi dan Malaysia. Telp : (62-21) 5795-8822 (Hunting), Fax : (62-21) 5793-7550. Induk usaha dari Indofood Sukses Makmur Tbk adalah CAB Holding Limited (miliki 50,07% saham INDF), Seychelles, sedangkan induk usaha terakhir dari Indofood Sukses Makmur Tbk adalah First Pacific Company Limited (FP), Hong Kong. Saat ini, Perusahaan memiliki anak usaha yang juga tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), antara lain: Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan Salim Ivomas Pratama Tbk (SIMP).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan INDF antara lain terdiri dari mendirikan dan menjalankan industri makanan olahan, bumbu penyedap, minuman ringan, kemasan, minyak goreng, penggilingan biji gandum dan tekstil pembuatan karung terigu. Indofood telah memiliki produk-produk dengan merek yang telah dikenal masyarakat, antara lain mi instan (Indomie, Supermi, Sarimi, Sakura, Pop Mie, Pop Bihun dan Mi Telur Cap 3 Ayam), dairy (Indomilk, Cap Enaak, Tiga Sapi, Indomilk Champ, Calci Skim, Orchid Butter dan Indoeskrim), makan ringan (Chitato, Lays, Qtela, Cheetos dan JetZ), penyedap makan (Indofood, Piring Lombok, Indofood Racik dan Maggi), nutrisi & makanan khusus (Promina, SUN, Govit dan Provita), minuman (Ichi Ocha, Tekita, Caféla, Club, 7Up, Tropicana Twister, Fruitamin, dan Indofood Freiss), tepung terigu & Pasta (Cakra Kembar,

Segitiga Biru, Kunci Biru, Lencana Merah, Chesa, La Fonte), minyak goreng dan mentega (Bimoli dan Palmia) Pada tahun 1994, INDF memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham INDF (IPO) kepada masyarakat sebanyak 21.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp6.200,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 14 Juli 1994.

e. Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN)

Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN) didirikan 07 Januari 1972 dalam rangka Penanaman Modal Asing (“PMA”) dan beroperasi secara komersial mulai tahun 1972. Kantor pusat CPIN terletak di Jl. Ancol VIII No. 1, Jakarta dengan kantor cabang di Sidoarjo, Medan, Tangerang, Balaraja, Serang, Lampung, Denpasar, Surabaya, Semarang, Makasar, Salahtiga dan Cirebon. Telp : (62-21) 691-9999 (Hunting), Fax : (62-21) 690-7324. Induk usaha Pokphand adalah PT Central Agromina, sedangkan induk usaha terakhir Pokphand adalah Grand Tribute Corporation. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Charoen Pokphand Indonesia Tbk, adalah PT Central Agromina (55,53%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan CPIN terutama meliputi industri makanan ternak, pembibitan dan budidaya ayam ras serta pengolahannya, industri pengolahan makanan, pengawetan daging ayam dan sapi termasuk unit-unit cold storage,

menjual makanan ternak, makanan, daging ayam dan sapi, bahan-bahan asal hewan di wilayah Indonesia, maupun ke luar negeri. Merek-merek yang dimiliki Pokphand, antara lain: pakan ternak (HI-Pro, HI-Pro-Vite, Bintang, Bonavite, Royal Feed, Turbo Feed dan Tiji) dan produk pengolahan daging ayam (Golden Fiesta, Fiesta, Champ dan Okay). Pada tahun 1991, CPIN memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham CPIN (IPO) kepada masyarakat sebanyak 2.500.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp5.100,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 18 Maret 1991

f. Prasadha Aneka Niaga Tbk (PSDN)

Prasadha Aneka Niaga Tbk (PSDN) didirikan tanggal 16 April 1974 dengan nama PT Aneka Bumi Asih dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1974. Kantor pusat PSDN terletak di Gedung Plaza Sentral, Lt. 20, Jln. Jend. Sudirman No. 47, Jakarta 12930 dan pabriknya berlokasi di Jl. Ki Kemas Rindho, Kertapati, Palembang. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Prasadha Aneka Niaga Tbk, antara lain: Innovest Offshore Ventures Ltd (pengendali) (46,93%), Igianto Joe (18,92%), PT Aneka Bumi Prasadha (9,48%), PT Aneka Agroprasadha (7,92%) dan Lion Best Holdings Limited (7,77%). Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan PSDN adalah bergerak dalam bidang pengolahan dan

perdagangan hasil bumi (karet remah, kopi bubuk dan instan serta kopi biji). Pada tahun 1994, PSDN memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham PSDN (IPO) kepada masyarakat sebanyak 30.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp3.000,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 18 Oktober 1994.

g. Delta Djakarta Tbk (DLTA)

Delta Djakarta Tbk (DLTA) didirikan tanggal 15 Juni 1970 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1933. Kantor pusat DLTA dan pabriknya berlokasi di Jalan Inspeksi Tarum Barat, Bekasi Timur – Jawa Barat. Pabrik “Anker Bir” didirikan pada tahun 1932 dengan nama Archipel Brouwerij. Dalam perkembangannya, kepemilikan dari pabrik ini telah mengalami beberapa kali perubahan hingga berbentuk PT Delta Djakarta pada tahun 1970. Telp : (62-21) 882-2520 (Hunting), Fax : (62-21) 881-9423. DLTA merupakan salah satu anggota dari San Miguel Group, Filipina. Induk usaha DLTA adalah San Miguel Malaysia (L) Private Limited, Malaysia. Sedangkan Induk usaha utama DLTA adalah Top Frontier Investment Holdings, Inc, berkedudukan di Filipina. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Delta Djakarta Tbk, antara lain: San Miguel Malaysia (L) Pte. Ltd (pengendali) (58,33%) dan Pemda DKI Jakarta (23,34%). Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup

kegiatan DLTA yaitu terutama untuk memproduksi dan menjual bir pilsener dan bir hitam dengan merek “Anker”, “Carlsberg”, “San Miguel”, “San Mig Light” dan “Kuda Putih”. DLTA juga memproduksi dan menjual produk minuman non-alkohol dengan merek “Sodaku”. Pada tahun 1984, DLTA memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham DLTA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 347.400 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp2.950,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 27 Februari 1984.

h. Hexindo Adiperkasa Tbk (HEXA)

Hexindo Adiperkasa Tbk (HEXA) didirikan tanggal 28 Nopember 1988 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1989. Kantor pusat Hexindo berlokasi di Kawasan Industri Pulo Gadung, Jalan Pulo Kambing II Kav. I-II No. 33, Jakarta 13930. Selain itu, Hexindo memiliki 22 cabang, 10 kantor perwakilan dan 13 kantor proyek pertambangan yang tersebar di seluruh Indonesia. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Hexindo Adiperkasa Tbk, antara lain: Hitachi Construction Machinery Co. Ltd. (pengendali) (48,59%), Hitachi Construction Machinery Asia And Pacific Pte. Ltd., Singapura (pengendali) (5,07%) dan Itochu Corporation, Jepang (25,05%).

Induk usaha Hexindo adalah Hitachi Construction Machinery Co., Ltd., yang didirikan di Jepang. Sedangkan induk usaha terakhir Hexindo

adalah Hitachi Ltd., yang didirikan di Jepang. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan HEXA adalah perdagangan dan penyewaan alat berat serta pelayanan purna jual. Kegiatan usaha utama Hexindo adalah bertindak sebagai distributor alat-alat berat jenis tertentu (Articulated Dump Trucks, Applications & Attachments, Backhoe Loaders, Crawler Dozers, Excavators, Feller Bunchers, Forwarders, Harvesters, Log Skidders, Motor Graders, Rigid Dump Trucks, Skid Steer loaders dan Wheel Loaders) dan suku cadang. Merek alat-alat berat dan suku cadang yang dipasarkan Hexindo, yakni Hitachi, John Deere, Krupp dan Bell. Pada tanggal 05 Desember 1994, HEXA memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham HEXA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 10.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp2.800,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 13 Februari 1995.

i. Indospring Tbk (INDS)

Indospring Tbk (INDS) didirikan tanggal 05 Mei 1978 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1979. Kantor pusat INDS terletak di Jalan Mayjend Sungkono No. 10, Segoromadu, Gresik 61123, Jawa Timur – Indonesia. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Indospring Tbk adalah PT Indoprima Gemilang (induk usaha) (88,11%), yang didirikan di Surabaya – Indonesia dengan

nama PT Indokalmo berlokasi pada Jl. Gardu Induk PLN No. 5, Tandes, Surabaya, Jawa Timur. Induk usaha utama Indospring adalah PT Indoprima Investama yang juga berlokasi sama dengan PT Indoprima Gemilang.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan INDS bergerak dalam bidang industri spare parts kendaraan bermotor khususnya pegas, yang berupa leaf spring (pegas daun), coil spring (pegas spiral) memiliki 2 produk turunan yaitu hot coil spring dan cold coil spring, valve spring (pegas katup) dan wire ring. Pada tanggal 26 Juni 1990, INDS memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham INDS (IPO) kepada masyarakat sebanyak 3.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp9.000,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 10 Agustus 1990.

j. Intraco Penta Tbk (INTA)

Intraco Penta Tbk (INTA) didirikan tanggal 10 Mei 1975 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1975. Kantor pusat Intraco terletak Jl. Raya Cakung Cilincing Km. 3,5 Jakarta 14130, sedangkan cabang-cabang INTA terletak di beberapa kota di Indonesia. Telp: (62-21) 440-1408 (Hunting), Fax: (62-21) 440-8443. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Intraco Penta Tbk, antara lain: PT Shalumindo Investama (pengendali) (14,73%), PT Spallindo Adilong

(pengendali) (12,05%), Pristine Resources International Pte. Ltd., Singapura (15,10%), Westwood Finance Inc., Republic of Seychelles (12,19%) dan HPAM Ultima Ekuitas 1 (5,18%). Saat ini, INTA memiliki anak usaha yang juga tercatat di Bursa Efek Indonesia, yaitu Intan Baruprana Finance Tbk (IBFN).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan INTA terutama meliputi bidang perdagangan dan penyewaan alat-alat berat dan suku cadang, serta memberikan jasa pelayanan yang berkenaan dengan perakitan dan perbengkelan. Saat ini, Intraco dan anak usahanya menjalankan usaha distribusi alat berat baik yang baru maupun yang bekas, pembiayaan, penyewaan alat berat, manufaktur, engineering hingga kontraktor tambang. Pada tanggal 30 Juni 1993, INTA memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham INTA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 6.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp3.375,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 23 Agustus 1993.

k. Kobexindo Tractors Tbk (KOBX)

Kobexindo Tractors Tbk (KOBX) didirikan tanggal 28 September 2002 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 2002. Kantor pusat KOBX berlokasi di Kobexindo Tower, Jl. Pasir Putih Raya Blok E-5-D, Ancol, Pademangan, Jakarta Utara. Kobexindo memiliki 4

kantor cabang utama yang terletak di Pekanbaru, Surabaya – Sidoarjo, Banjarmasin – Banjarbaru, dan Balikpapan. Telp : (62-21) 6470-0800, 6470-0808 (Hunting), Fax : (62-21) 6470-0900, 6470-0909. Induk usaha Kobexindo Tractors Tbk adalah PT Kobexindo Investama, dengan persentase kepemilikan sebesar 88,42%. Sedangkan induk usaha terakhir Kobexindo Tractors Tbk adalah PT Marga Mas Investama, PT Millenium Capital Investment dan PT Prima Adiwarna Sejahtera.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan KOBX adalah menjalankan usaha dalam bidang distributor, perdagangan dan Jasa. Kegiatan utama KOBX adalah distributor dalam menjual alat-alat berat termasuk penjualan suku cadang dan servis alat-alat berat. Merek utama alat-alat berat dan industrial yang dipasarkan, dijual dan didistribusikan oleh Kobexindo dan anak usahanya, yaitu Doosan Excavator, NHL Rigid Dump Trucks, Tata Daewoo Off-road Heavy Duty Truck, Dressta Bulldozer, Farm Tractor Belarus, Jungheinrich Electric Forklifts dan Hako Vacuum Sweeper Machines. Pada tanggal 27 Juni 2012, KOBX memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham KOBX (IPO) kepada masyarakat sebanyak 272.500.000 dengan nilai nominal Rp100,- per saham dengan harga penawaran Rp400,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 05 Juli 2012.

l. Nipress Tbk (NIPS)

Nipress Tbk (NIPS) didirikan 24 April 1975 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1975. Kantor pusat dan pabrik NIPS berlokasi di Jl. Narogong Raya Km. 26 Cileungsi, Bogor, Jawa Barat 16710 – Indonesia. Telp: (62-21) 823-0968 (Hunting), Fax: (62-21) 823-0935, 823-0936. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Nipress Tbk, yaitu: PT Trinitan International (pengendali) (26,43%), PT Tritan Adhitama Nugraha (pengendali) (16,82%), PT RDPT Nikko Indonesia (16,34%) dan Ferry Joedianto (5,33%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan NIPS meliputi bidang usaha industri accu lengkap untuk segala keperluan dan usaha-usaha lainnya yang berhubungan dengan accu. Produk utama Nipress adalah aki motor, aki mobil dan aki industri (merek NS dan Maxlife). Pada tanggal 31 Juni 1991, NIPS memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham NIPS (IPO) kepada masyarakat sebanyak 4.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp5.000,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 24 Juli 1991.

m. Tunas Baru Lampung Tbk (TBLA)

Tunas Baru Lampung Tbk (TBLA) didirikan tanggal 22 Desember 1973. Kantor pusat TBLA terletak di Wisma Budi, Lantai 8- 9, Jl. H.R. Rasuna Said Kav. C-6, Jakarta 12940 – Indonesia. Sedangkan Pabrik

berlokasi di Lampung, Surabaya, Tangerang, Palembang dan Kuala Enok, dengan perkebunan yang terletak di Terbanggi Besar – Lampung Tengah dan Banyuasin – Sumatera Selatan. Telp : (62-21) 521-3383 (Hunting), Fax: (62-21) 521-3332, 521-3392, 520-5829. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham TBLA, antara lain: PT Budi Delta Swakarya (27,80%) dan PT Sungai Budi (26,49%). TBLA tergabung dalam kelompok usaha PT Sungai Budi. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan TBLA terutama meliputi bidang pertanian, industri, perdagangan, pembangunan, jasa dan pengangkutan.

Kegiatan usaha utama TBLA, antara lain bergerak dalam bidang produksi meliputi: minyak goreng sawit, minyak goreng kelapa, minyak kelapa, minyak sawit (Crude Palm Oil atau CPO), margarin, mentega, gula dan lemak yang dapat dimakan, sabun, bahan pembersih dan komestika; dan bidang perkebunan antara lain: kelapa sawit, nanas, jeruk, kelapa hibrida dan tebu). Produk-produk yang dihasilkan TBLA dipasarkan dengan etiket merek (trademark etiquette / drawing), yakni: Kompas, Gunung Agung, Bumi Waras (B.W.), Rossy, Burung Merak, Tawon, Segar dan Rose Brand. Pada tanggal 31 Desember 1999, TBLA memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham TBLA sebanyak 140.385.000 lembar saham dengan nilai nominal Rp500,- per saham dengan harga penawaran Rp2.200 per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada

Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 04 Februari 2000 Pada tahun 2006, TBLA melaksanakan Penawaran Umum Terbatas I (PUT I / Right Issue I) kepada Pemegang Saham dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) untuk membeli saham baru dengan ratio setiap pemegang 3 saham lama berhak atas 6 HMETD untuk membeli 6 saham baru, dimana pada setiap 6 Saham baru melekat 1 Waran Seri I yang diberikan secara cuma-cuma dengan nilai nominal sebesar Rp 125 per saham yang akan ditawarkan dengan Harga Pelaksanaan Rp 125 per saham. Waran Seri I yang diterbitkan sebagai insentif bagi para pemegang saham tersebut mempunyai jangka waktu 5 tahun dengan masa pelaksanaan yaitu mulai tanggal 15 Januari 2007 sampai dengan 13 Juli 2011.

n. Sekar Bumi Tbk (SKBM)

Sekar Bumi Tbk (SKBM) didirikan 12 April 1973 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1974. Kantor pusat SKBM berlokasi di Plaza Asia, Lantai 2, Jl. Jend. Sudirman Kav. 59, Jakarta 12190 – Indonesia dan pabrik berlokasi di Jalan Jenggolo 2 No. 17 Waru, Sidoarjo serta tambak di Bone dan Mare, Sulawesi. Telp: (62-21) 5140-1122 (Hunting), Fax: (62-21) 5140-1212. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Sekar Bumi Tbk, yaitu: Berlutti Finance Limited (17,68%), Sapphira Corporation Ltd (17,31%), Malvina Investment (12,70%), BNI Divisi Penyelamatan & Penyelesaian Kredit Korporasi (11,31%), PT Multi Karya Sejati (pengendali) (8,77%),

BNYM SA/NV AS Cust Of Minot Light Apac (6,78%) dan UOB Kay Hian Pte Ltd A/C Referral Client 074C (6,06%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SKBM adalah dalam bidang usaha pengolahan hasil perikanan laut dan darat, hasil bumi dan peternakan. Sekar Bumi memiliki 2 divisi usaha, yaitu hasil laut beku nilai tambah (udang, ikan, cumi-cumi, dan banyak lainnya) dan makanan olahan beku (dim sum, udang berlapis tepung roti, bakso seafood, sosis, dan banyak lainnya). Selain itu, melalui anak usahanya, Sekar Bumi memproduksi pakan ikan, pakan udang, mete dan produk kacang lainnya. Produk-produk Sekar Bumi dipasarkan dengan berbagai merek, diantaranya SKB, Bumifood dan Mitraku. Tanggal 18 September 1995, SKBM memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham SKBM (IPO) kepada masyarakat. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 05 Januari 1993. Kemudian sejak tanggal 15 September 1999, saham PT Sekar Bumi Tbk (SKBM) dihapus dari daftar Efek Jakarta oleh PT Bursa Efek Jakarta (sekarang PT Bursa Efek Indonesia / BEI). Pada tanggal 24 September 2012, SKBM memperoleh persetujuan pencatatan kembali (relisting) efeknya oleh PT Bursa Efek Indonesia, terhitung sejak tanggal 28 September 2012.

o. Mayora Indah Tbk (MYOR)

Sekar Bumi Tbk (SKBM) didirikan 17 Februari 1977 dan mulai beroperasi secara komersial pada bulan Mei 1978. Kantor pusat Mayora berlokasi di Gedung Mayora, Jl. Tomang Raya No. 21-23, Jakarta 11440 – Indonesia, dan pabrik terletak di Tangerang dan Bekasi. Telp: (62-21) 565-5320 s/d 22 (Hunting), Fax: (62-21) 565-5323. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Mayora Indah Tbk adalah PT Unita Branindo, yakni dengan persentase kepemilikan sebesar 32,93%. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Mayora adalah menjalankan usaha dalam bidang industri, perdagangan serta agen/perwakilan. Saat ini, Mayora menjalankan bidang usaha industri biskuit (Roma, Danisa, Royal Choice, Better, Muuch Better, Slai O Lai, Sari Gandum, Sari Gandum Sandwich, Coffejoy, Chees'kress.), kembang gula (Kopiko, KIS, Tamarin dan Juizy Milk), wafer (beng beng, Astor, Roma), coklat (Choki-choki), kopi (Torabika dan Kopiko) dan makanan kesehatan (Energen) serta menjual produknya di pasar lokal dan luar negeri. Pada tanggal 25 Mei 1990, MYOR memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham MYOR (IPO) kepada masyarakat sebanyak 3.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp9.300,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 04 Juli 1990.

p. Selamat Sempurna Tbk (SMSM)

Selamat Sempurna Tbk (SMSM) didirikan di Indonesia pada tanggal 19 Januari 1976 dan memulai kegiatan operasi komersialnya sejak tahun 1980. Kantor pusat SMSM berlokasi di Wisma ADR, Jalan Pluit Raya I No. 1, Jakarta Utara 14440 – Indonesia, sedangkan pabriknya berlokasi di Jakarta dan Tangerang. Telp: (62-21) 661-0033, 669-0244 (Hunting), Fax: (62-21) 669-6237. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Selamat Sempurna Tbk adalah PT Adrindo Inti Perkasa, dengan persentase kepemilikan sebesar 58,13%. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SMSM terutama adalah bergerak dalam bidang industri alat-alat perlengkapan (suku cadang) dari berbagai macam alat-alat mesin pabrik dan kendaraan, dan yang sejenisnya.

Merek produk dari Selamat Sempurna Tbk, antara lain: merek Sakura untuk produk S/F dan Filtration; dan merek ADR untuk produk radiator, dump hoist, coolant dan brake parts. Pada tanggal 13 Agustus 1996, SMSM memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham SMSM (IPO) kepada masyarakat sebanyak 34.400.000 saham dengan nilai nominal Rp500,- per saham dan harga penawaran Rp1.700,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 09 September 1996. Sehubungan dengan transaksi penggabungan usaha (Merger) SMSM dengan Andhi Chandra

Automotive Products Tbk (anak usaha), yang berlaku efektif pada tanggal 28 Desember 2006, SMSM menerbitkan saham baru sejumlah 141.000.060 saham dengan nilai nominal Rp100,- per saham. Saham-saham tersebut telah dicatatkan di BEI pada tanggal 2 Januari 2007.

q. Indomobil Multi Jasa Tbk (IMJS)

Indomobil Multi Jasa Tbk (IMJS) didirikan dengan nama PT Multi Tambang Abadi pada tanggal 14 Desember 2004. Kantor Pusat IMJS beralamat di Wisma Indomobil I, Lantai 6, Jl. M.T. Haryono, Kav. 8, Jakarta Timur 13330 – Indonesia. Telp : (62-21) 856-4850, 856-4860, 856-4870 (Hunting), Fax : (62-21) 856-4833. Induk usaha dari Indomobil Multi Jasa Tbk adalah Indomobil Sukses Internasional Tbk (IMAS), dengan persentase kepemilikan saham sebesar 89,60%, sedangkan induk usaha terakhirnya adalah Gallant Venture Ltd.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan IMJS meliputi, antara lain usaha dalam perdagangan impor dan ekspor kendaraan bermotor beserta suku cadangnya, perbengkelan, jasa dan konsultasi teknik permesinan dan transportasi darat. Selain itu, IMJS juga menjalankan bisnis jasa pembiayaan kendaraan bermotor dan alat berat dengan bentuk pembiayaan konsumen, sewa guna usaha dan anjak piutang melalui anak usahanya, yakni PT Indomobil Finance Indonesia. Pada tanggal 28 November 2013, IMJS memperoleh pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham IMJS (IPO) kepada masyarakat



sebanyak 450.000.000 dengan nilai nominal Rp200,- per saham dengan harga penawaran Rp500,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 10 Desember 2013.

r. Multistrada Arah Sarana Tbk (MASA)

Multistrada Arah Sarana Tbk (MASA) didirikan tanggal 20 Juni 1988 dengan nama PT Oroban Perkasa dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1995. Kantor pusat Multistrada beralamat di Jl. Raya Lemahabang KM 58,3, Cikarang Timur, Jawa Barat, sedangkan Hutan Tanaman Industri (HTI) anak usaha berlokasi di Kalimantan Barat dan Timur. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Multistrada Arah Sarana Tbk, antara lain: PT Central Sole Agency (pengendali) (16,67%), Pieter Tanuri (direksi) (pengendali) (15,32%), Lunar Crescent International Inc., British Virgin Islands (15,11%) dan Standard Chartered Bank SG PVB Clients AC (8,97%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan MASA adalah menjalankan usaha di bidang industri pembuatan ban untuk semua jenis kendaraan bermotor, dan pengusahaan dan pengelolaan Hutan Tanaman Industri (HTI). Saat ini, kegiatan utama MASA adalah pembuatan ban luar kendaraan bermotor roda dua (merek Corsa) dan roda empat (merek Achilles). Selain itu, MASA juga memproduksi dan memasarkan ban jenis Solid Tire (ST) dan Truck and Bus Radial (TBR). Pada tanggal 18 Maret 2005, MASA memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran

Umum Perdana Saham MASA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 1.000.000.000 dengan nilai nominal Rp140,- per saham dengan harga penawaran Rp170,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 09 Juni 2005.

s. Unilever Indonesia Tbk (UNVR)

Unilever Indonesia Tbk (UNVR) didirikan pada tanggal 5 Desember 1933 dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V. dan mulai beroperasi secara komersial tahun 1933. Kantor pusat Unilever berlokasi di Jl. Jendral Gatot Subroto Kav. 15, Jakarta 12930, dan pabrik berlokasi di Jl. Jababeka 9 Blok D, Jl. Jababeka Raya Blok O, Jl. Jababeka V Blok V No. 14-16, Kawasan Industri Jababeka Cikarang, Bekasi, Jawa Barat, serta Jl. Rungkut Industri IV No. 5-11, Kawasan Industri Rungkut, Surabaya, Jawa Timur. Telp : (62-21) 526-2071 (Hunting), Fax : (62-21) 526-2050. Induk usaha Unilever Indonesia adalah Unilever Indonesia Holding B.V. dengan persentase kepemilikan sebesar 84,99%, sedangkan induk usaha utama adalah Unilever N.V., Belanda

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan usaha UNVR meliputi bidang produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi yang meliputi sabun, deterjen, margarin, makanan berinti susu, es krim, produk-produk kosmetik, minuman dengan bahan pokok teh dan minuman sari buah. Merek-merek yang dimiliki Unilever Indonesia, antara lain: Domestos, Molto, Rinso, Cif, Unilever Pure, Surf, Sunlight, Vixal, Super Pell, Wipol, Lux, Rexona, Lifebuoy,

Sunsilk, Closeup, Fair&Lovely, Zwitsal, Pond's, TRESemme, Dove, Pepsodent, AXE, Clear, Vaseline, Citra, Citra Hazeline, SariWangi, Bango, Blue Band, Royco, Buavita, Wall's Buavita, Wall's, Lipton, Magnum, Cornetto, Paddle Pop, Feast, Populaire dan Viennetta. Pada tanggal 16 Nopember 1982, UNVR memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham UNVR (IPO) kepada masyarakat sebanyak 9.200.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp3.175,- per saham. Saham-saham tersebut dicatitkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 11 Januari 1982.

3. Pengelolaan Data

a. Uji Statistik Deskriptif

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 hingga menjadi data akhir yang digunakan tampak pada tabel IV.1 yang diolah dengan SPSS V.23 sebagai berikut:

Tabel IV.1
Satistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Pencegahan	60	31195,00	155415130,0	22411917,15	36175600,53
Biaya Penilaian	60	12608,00	192001087,0	19157419,90	39272608,88
Penjualan	60	1101239,00	1,42E+10	2470173828	3332961243
Valid N (listwise)	60				

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel IV.1 dapat diketahui bahwa biaya pencegahan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode

tahun 2013-2015, n atau jumlah datanya adalah 60, dengan rata-rata sebesar 22.411.917,15 standar deviasi 36.175.600,53 dengan nilai tertinggi sebesar 155.415.130,0 dan nilai terendah sebesar 31.195,00.

Biaya penilaian untuk perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia periode tahun 2013-2015 diperoleh rata-rata 19.157.419,90 standar deviasi 39.272.608,88 dengan nilai tertinggi sebesar 192.001.087,0 dan nilai terendah sebesar 12.608,00.

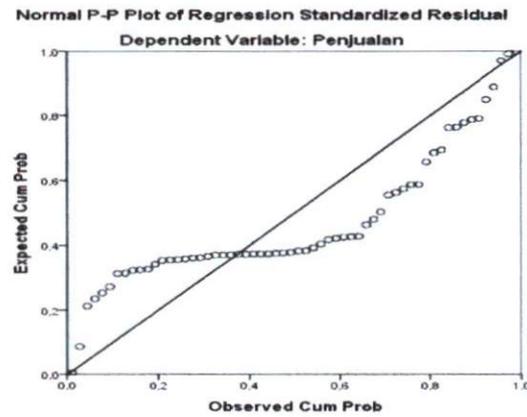
Penjualan untuk perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode tahun 2013-2015 diperoleh rata-rata 2.470.173.828 standar deviasi 3.332.961.243 dengan nilai tertinggi sebesar 14.800.000.000 dan nilai terendah sebesar 1.101.239,00.

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik *normal P-P Plot of regression Standardized Residual*. Hasil pengujian dengan menggunakan analisis grafik *normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dapat dilihat pada gambar IV.1 berikut ini:

Gambar 1V.1
Hasil Uji *P-P Plot of Regression Standardized Residual*



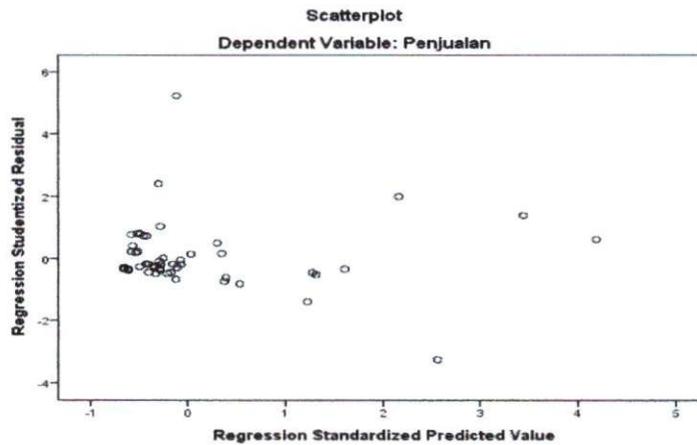
Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Hasil pengujian dengan analisis grafik *P-P Plot of Regression Standardized Residual* menunjukkan bahwa model regresi terdistribusi dengan normal, karena titik-titik menyebar disekitar diagonal serta penyebarannya mengikuti arah diagonal, artinya bahwa regresi untuk biaya pencegahan dan biaya penilaian terhadap penjualan sudah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas atau tidak dapat dilihat pada grafik scatterplot pada gambar IV.2 berikut ini:

Gambar IV.2
Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Berdasarkan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya diperoleh hasil tidak adanya pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (Nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi penjualan berdasarkan variabel bebas yaitu biaya pencegahan dan biaya penilaian.

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi atau tidak diantara variabel pengganggu. Untuk mengetahui adanya autokorelasi digunakan uji *Durbin-Watson*. Hasilnya dapat dilihat pada tabel IV.2 sebagai berikut:

Tabel IV.2
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,842 ^a	,709	,699	1828001854	1,756

a. Predictors: (Constant), Biaya Penilaian, Biaya Pencegahan

b. Dependent Variable: Penjualan

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi, jika $d_u < d < 4-d_u$. Berdasarkan tabel IV.2 diatas menunjukkan hasil *Durbin- Watson* sebesar 1,756. Jumlah variabel bebas (k) 2 dan jumlah observasi (n) 60 diperoleh bahwa nilai d_u sebesar 1,651 dan $4 - d_u$ didapat hasil 2,349, sesuai kriteria maka $1,651 < 1,756 < 2,349$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dan hipotesis nol diterima.

4. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *varaince infaltion factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen dijelaskan variabel independen lainnya. Suatu model regresi lainnya dikatakan bebas dari multikolonieritas adalah apabila nilai *tolerance* disekitar angka 1 dan nilai VIF mendekati angka 1.

Tabel IV.3
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Biaya Pencegahan	,816	1,225
Biaya Penilaian	,816	1,225

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Hasil uji multikolinieritas pada tabel IV.3 terlihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* yang mendekati angka 1 yaitu 0,816 dan hasil perhitungan *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan masih disekitar angka 1 yaitu 1,225. Maka dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi yang diajukan bebas dari multikolinieritas.

c. Regresi Linier Berganda

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu biaya pencegahan dan biaya penilaian terkait yaitu penjualan. Pengaruh variabel biaya pencegahan dan biaya penilaian terhadap penjualan dapat secara bersama-sama dihitung melalui suatu persamaan regresi berganda. Berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel IV.4
Model Persamaan Regresi

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	721003094,5	284361675,2		2,536	,014		
	Biaya Pencegahan	32,379	7,281	,351	4,447	,000	,816	1,225
	Biaya Penilaian	53,425	6,707	,630	7,966	,000	,816	1,225

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Dari nilai-nilai koefisien diatas, persamaan regresi yang dapat disusun untuk variabel biaya pencegahan dan biaya penilaian adalah:

$$Y = 721003094,5 + 32,379 + 53,425 + e$$

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa :

- (a) Konstanta (α) =721.003.094,5dengan nilai positif, menyatakan bahwa jika variabel independen nilainya 0, maka dapat diartikan bahwa Y (Penjualan) akan bernilai 721.003.094,5
- (b) Koefisien X_1 (β_1) bernilai positif, yaitu 36,596ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan biaya pencegahan sebesar 1 persen . Maka akan menambahkan pula penjualan sebesar 36,596.
- (c) Koefisien X_2 (β_2) bernilai positif, yaitu 53,425ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan biaya pencegahan sebesar 1 persen . Maka akan menambahkan pula penjualan sebesar 53,425.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur kemampuan variabel-variabel independen, yaitu biaya pencegahan dan biaya penilaian dalam menjelaskan variasi variabel dependen yaitu penjualan. Hasilnya dapat dilihat pada tabel IV.5 sebagai berikut :

Tabel IV.5
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,842 ^a	,709	,699	1828001854	1,756

a. Predictors: (Constant), Biaya Penilaian, Biaya Pencegahan

b. Dependent Variable: Penjualan

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Koefisien determinasi R^2 (*adjusted R Square*) sebesar 0,699 artinya 69,9% variabel Penjualan (dependen) dapat dijelaskan oleh variabel biaya pencegahan dan biaya penilaian (independen), sedangkan sisanya (100%-69,9%) sebesar 30,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini..

e. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independenya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Didapatkan hasil dengan menggunakan SPSS V. 23 sebagai berikut :

Tabel IV.6
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	721003094,5 24	284361675,2 27		2,536	,014
Biaya Pencegahan	32,379	7,281	,351	4,447	,000
Biaya Penilaian	53,425	6,707	,630	7,966	,000

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Pada tabel IV.6 diatas, diketahui bahwa t_{hitung} biaya pencegahan $4,447 >$ dari t_{tabel} sebesar 1,671 dan nilai signifikansi untuk biaya pencegahan sebesar $0,000 < 0,05$. Untuk biaya penilaian memiliki t_{hitung} $7,966 >$ dari t_{tabel} sebesar 1,671 dan nilai signifikansi 0,000 dan tingkat signifikansi untuk t_{tabel} sebesar 0,05.

2. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Dapat dilihat hasil uji t yang diolah dengan SPSS V.23 sebagai berikut:

Tabel IV.7
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,649E+20	2	2,325E+20	69,568	,000 ^b
	Residual	1,905E+20	57	3,342E+18		
	Total	6,554E+20	59			

a. Dependent Variable: Penjualan

b. Predictors: (Constant), Biaya Penilaian, Biaya Pencegahan

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Pada tabel IV.7 diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 69,568 dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan f_{tabel} sebesar 3,15 dengan signifikansi 0,05 dengan $df = 60 - (2+1) = 57$.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Biaya Pencegahan Dan Biaya Penilaian Terhadap Penjualan

Hasil uji hipotesis simultan (uji F) untuk variabel biaya pencegahan (X_1) dan variabel biaya penilaian (X_2) menunjukkan bahwa uji $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} , dan nilai signifikansinya $F_{hitung} <$ dari F_{tabel} ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan dari uji hipotesis secara simultan (uji F) tersebut bahwa variabel biaya pencegahan (X_1) dan variabel biaya penilaian (X_2) secara signifikansi memengaruhi variabel penjualan (Y). Hasil dari uji t dan uji f juga didukung dengan hasil pengujian koefisien determinasi R^2 (*adjusted R Square*) yang dimana variabel Penjualan sebesar enam puluh sembilan koma sembilan persen dipengaruhi oleh variabel biaya pencegahan dan biaya penilaian sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar biaya pencegahan dan biaya penilaian yang tidak di bahas oleh penelitian ini.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Retno (2014). Secara simultan biaya pencegahan dan biaya penilaian secara signifikan memengaruhi penjualan pada PT. Mitra Sejati Mulia Industri selama tahun 2009-2012. Hasil ini juga sejalan dengan oleh Rilla (2010) dari hasil uji F untuk biaya pencegahan dan biaya secara signifikan memengaruhi penjualan. Penelitian ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Blochert (2007: 384) perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa bermutu dapat meningkatkan penjualan dan mendapatkan laba yang tinggi, hal ini berarti biaya pencegahan dan biaya penilaian (kasus yang diambil peneliti) memengaruhi penjualan.

2. Pengaruh Biaya Pencegahan Terhadap Penjualan.

Hasil uji hipotesis individual (uji t) dengan menggunakan uji statistik untuk variabel biaya pencegahan (X_1) menunjukkan bahwa uji t hitung > dari t tabel, dan nilai signifikansinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan dari uji hipotesis individual / parsial (uji t) tersebut bahwa variabel biaya pencegahan (X_1) secara signifikan memengaruhi penjualan (Y). Hasil dari uji t dan uji f juga didukung dengan hasil pengujian koefisien determinasi R^2 (*adjusted R Square*) yang dimana variabel Penjualan sebesar enam puluh sembilan koma sembilan persen dipengaruhi oleh variabel biaya pencegahan dan biaya penilaian sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar biaya pencegahan dan biaya penilaian yang tidak di bahas oleh penelitian ini.

Hasil ini juga sejalan dengan oleh Rilla (2010) dari hasil uji t untuk biaya pencegahan secara signifikan memengaruhi penjualan. Penelitian ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Blochert (2007: 384) perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa bermutu dapat meningkatkan penjualan dan mendapatkan laba yang tinggi, hal ini berarti biaya pencegahan dan biaya penilaian (kasus yang diambil peneliti) memengaruhi penjualan. Hal ini disebabkan oleh meningkatkannya biaya pencegahan di perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia.

3. Pengaruh Biaya Penilaian Terhadap Penjualan.

Hasil uji hipotesis individual (uji t) dengan menggunakan uji statistik untuk variabel biaya penilaian (X_2) menunjukkan bahwa uji $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , dan nilai signifikansinya $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan dari uji hipotesis individual / parsial (uji t) tersebut bahwa variabel biaya penilaian (X_2) secara signifikan memengaruhi variabel penjualan (Y). Hasil dari uji t dan uji f juga didukung dengan hasil pengujian koefisien determinasi R^2 (*adjusted R Square*) yang dimana variabel Penjualan sebesar enam puluh sembilan koma sembilan persen dipengaruhi oleh variabel biaya pencegahan dan biaya penilaian sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar biaya pencegahan dan biaya penilaian yang tidak di bahas oleh penelitian ini.

Hasil ini juga sejalan dengan oleh Rilla (2010) dari hasil uji t untuk biaya penilaian secara signifikan memengaruhi penjualan. Sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Retno (2014) Secara parsial variabel biaya

penilaian secara signifikan memengaruhi tingkat penjualan. Penelitian ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Blochert (2007: 384) perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa bermutu dapat meningkatkan penjualan dan mendapatkan laba yang tinggi, hal ini berarti biaya pencegahan dan biaya penilaian (kasus yang diambil peneliti) memengaruhi penjualan. Hal ini disebabkan oleh meningkatkannya biaya penilaian di perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia periode 2013-2015 mengenai pengaruh biaya pencegahan dan biaya penilaian terhadap penjualan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Biaya kualitas yang ada dalam laporan keuangan konsolidasi perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia tidak dibuat secara khusus tetapi dimasukkan kedalam laporan beban penjualan serta beban umum dan administrasi. Hasil dari data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan regresi berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a) Secara parsial, dapat disimpulkan bahwa biaya pencegahan dan biaya penilaian secara positif dan signifikan memengaruhi penjualan.
- b) Secara simultan, dapat disimpulkan bahwa biaya pencegahan dan biaya penilaian secara positif dan signifikan memengaruhi penjualan.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan melalui perhitungan dan pengujian hingga kesimpulan, adapun saran yang dapat diajukan oleh penulis yaitu sebagai berikut: Perusahaan sebaiknya memperhatikan biaya kualitas (biaya pencegahan dan biaya penilaian) sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan jasa, yang berarti dapat

pula meningkatkan penjualan. Sedangkan berkaitan dengan pelaporan biaya-biaya yang termasuk dalam biaya kualitas, perusahaan juga seharusnya melaporkan secara khusus atau terpisah dalam “Laporan Biaya Kualitas”, sehingga manajemen dapat mengendalikan biaya-biaya terkait kualitas yang merupakan salah satu aktivitas pengendalian kualitas.

Penelitian selanjutnya tentang biaya kualitas untuk memperluas populasi yang digunakan. Penelitian tidak hanya pada perusahaan-perusahaan manufaktur saja, tetapi juga pada perusahaan non manufaktur, misalnya untuk perusahaan jasa dan perusahaan dagang. Jumlah sampel dan tahun penelitian juga sebaiknya lebih diperbanyak, sehingga hasil penelitian lebih representative.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha. 2001. *Manajemen Penjualan, edisi 3*. Yogyakarta: BPFE YOKYAKARTA
- Blocher Lin , Cokins. 2007. *Manajemen Biaya*, edisi 5. Jakarta : Selemba Empat
- Carter, William K . 2013. *Akuntansi Biaya*. Jakarta : Selemba Empat
- Gantino, Rilla & Erwin. 2009. "Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada PT. Guardian Pharmatama". (*Journal Of Applied Finance And Accounting*. 2(2) 138-168)
- Garrison, Ray H & Dkk. 2012. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta : Selemba Empat
- H.B. Siswanto. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Hansen Mowen. 2009 . *Akuntansi Manjerial, edisi 8*. Jakarta : Selemba Empat
- Husein Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers
- L.M. Samryn. 2012. *Akutansi Manejerial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metode riset untuk bisnis & ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Mulyadi. 2014. *Akuntansi Biaya, edisi 5*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Retno Martanti Endah Lestari & Muhammad Mahdi Hakim. 2004. " *Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Tingkat Penjualan Pada Pt. Mitra Sejati Mulia Industri*". (<http://www.google.co.id/http://unpak.ac.id/uploads/dosen>)
- Siti Rahayu Widiarini. 2014. "Pengaruh Biaya Kualitas Dan Beban Promosi Terhadap Net Profit Magin (NPM) Pada Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia"(http://eprints.mdp.ac.id/1487)
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta

Lampiran 3

Jadwal Kegiatan Penelitian

Keterangan	September				Oktober		November				Desember				Januari				Februari		
	1	2	3	4	16	17	1	2	3	4	23	27	28	29	1	2	3	4	1	2	3
Survei Pendahuluan	■	■	■	■																	
Laporan Survei Pendahuluan					■	■															
Proposal							■	■	■	■											
Seminar Proposal											■										
Revisi Seminar											■	■	■	■							
Pengambilan Data																■	■	■			
Pengolahan Data Analisis																			■	■	■
Hasil Penelitian																			■	■	■
Pengadaan Penelitian																				■	■
Ujian Komprehensif																					
Perbaikan Skripsi																					



GALERI INVESTASI
BURSA EFEK INDONESIA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

Jln. Ahmad Yani 13 Ulu Palembang (30263) Telp. 0711 – 513022 Fax. 0711 - 513078

Nomor : 02 /R-01/GI.BEI UMP/I/2017
Lampiran : -
Perihal : **Surat Keterangan Riset**

Palembang, 16 Ramadhan 1435
13 Juli 2014 M

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi UMP
di-
Palembang

Assalamu'alaikum, wr, wb.

Ba'da salam semoga Allah SWT selalu senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas kita sehari-hari, Amiin.

Kami sampaikan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang bahwa mahasiswa di bawah ini dengan:

Nama : Haryati
NIM : 22 2013 453
Jurusan : Akuntansi

Telah melakukan pengambilan data di Bursa Efek Indonesia melalui website www.idx.co.id dan diketahui oleh pojok Bursa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Billahi fii sabililhaq fastabiqul khairat
Wasalamu'alaikum, wr, wb.

Mengetahui,
Ketua Galeri Investasi BEI UMP




Ervita Safitri, S.E., M.Si.

NIDN : 0225126801



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA :	Haryati	PEMBIMBING :	
NIM :	22 2013 453	KETUA :	Mizan, S.E, M.Si, Ak., CA
PROGRAM STUDI :	Akuntansi	ANGGOTA :	
JUDUL SKRIPSI :	Pengaruh Biaya Pencegahan dan Biaya Penilaian Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia		

NO.	TGL/BLN/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1.	6/2 2017	Parab I 5/8 W	<i>SK</i>		Parabul perubahan!
2.					
3.	8/2 2017	Parab I 5/8 V	<i>SK</i>		Parabul senar Sman.
4.					
5.					
6.	9/2 2017	Parab I 5/8 V	<i>SK</i>		Parabul Cuz Pemis Sman!
7.					
8.					
9.					
10.					
11.					
12.					
13.					
14.					
15.					
16.					

CATATAN :

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan skripsi,
6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan.

Dikeluarkan di : Palembang

Pada tanggal : / /

a.n Dekan

Program Studi

Betri Sirajuddin, S.E, M.Si, Ak., CA



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

AKREDITASI
 INSTITUSI PERGURUAN TINGGI
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
 PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN (D3)

Nomor : 027 /SK/BAN-PT/Akred /PT/ / 2014 (B)
 Nomor : 044 /SK/BAN-PT/Akred /SI/ / 2014 (B)
 Nomor : 1262 /SK/BAN-PT/Akred/SI/XIII/ 2015 (B)
 Nomor : 771 /SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/VIII/ 2015 (B)

Website : fe.umpalembang.ac.id

Email : febumplg@umpalembang.ac.id

Alamat : Jalan Jendral Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263 Telp. (0711)511433 Faximile (0711)518018



LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Hari/Tanggal : Rabu, 22 Februari 2017
 Waktu : 13.00 s/d 17.00 WIB
 Nama : Haryati
 Nim : 222013453
 Program Studi : Akuntansi
 Mata Kuliah Pokok : Akuntansi Biaya
 Judul Skripsi : PENGARUH BIAYA PENCEGAHAN DAN BIAYA PENILAIAN TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA

TELAH DIPERBAIKI DAN DIPERSETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING SKRIPSI DAN DIPERKENANKAN UNTUK MENGIKUTI WISUDA

NO	NAMA DOSEN	JABATAN	TANGGAL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
1	Mizan, S.E, M.Si., Ak, CA	Pembimbing	10-3-2017	
2	Dr. Sa'adah Siddik, S.E, Ak., M.Si., CA	Ketua Penguji	10-3-2017	
3	Mizan, S.E, M.Si., Ak, CA	Penguji I	7/3 2017	
4	Lis Djuniar, S.E, M.Si	Penguji II	6-3-2017	

Palembang, Maret 2017
 Dekan
 u.b Ketua Program Studi Akuntansi



Betri Sirajuddin, SE, M.Si., Ak., CA
 NIDN/NBM:0216106902/944806



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

Unggul dan Islami

Sertifikat

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA : HARYATI
NIM : 222013453
PROGRAM STUDI : Akuntansi

Yang dinyatakan HAFAL / TAHFIDZ (24) Surat Juz Amma
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang



Palembang, 2016, 21 سبتمبر, الأربعاء,
an. Dekan

Wakil Dekan

Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum.
NBM/NIDN : 731454/0215126902



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
STATUS TERAKREDITASI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

P J A S A M

No. 118/H-4/LPKKN/UMP/XI/2016

Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang menerangkan bahwa:

Nama : HARYATI
Nomor Pokok Mahasiswa : 222013453
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
Tempat Tgl. Lahir : SENTANG, 07-07-1994

telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata Tematik Posdaya Angkatan ke-11 yang dilaksanakan dari tanggal 20 Juli sampai dengan 3 September 2016 bertempat di:

Kelurahan/Desa : 2 ULU
Kecamatan : SEBERANG ULU I
Kota/Kabupaten : PALEMBANG
Dinyatakan : Lulus

Palembang, 17 September 2016
Rektor,



Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M.

REKTOR/NBM/NIDN. 743462/0230106301



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH DALEMBANG
LEMBAGA BAHASA**

Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263

Telp. (0711) 512637 - Fax. (0711) 512637

email. lembagabahasaump@yahoo.co.id



TEST OF ENGLISH ABILITY SCORE RECORD

Name : Haryati
Place/Date of Birth : Sentang, July 07th 1994
Test Times Taken : +3
Test Date : March, 13th 2017

Scaled Score

Listening Comprehension : 47
Structure Grammar : 37
Reading Comprehension : 36
OVERALL SCORE : 400

Palembang, March, 15th 2017
Chairperson of Language Institute

Rini Susanti, S.Pd.,M.A

No. 595/TEA FE/LB/UMP/III/2017

NBM/NIDN. 1164932/0210098402

123certificates

BIODATA PENULIS

Nama : Haryati
NIM : 222013453
Tempat/Tanggal Lahir : sentang, 7 juli 1994
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Biaya
Alamat Rumah : Jl. Anggrek raya rt/rw 004/002 kel sialang kec.
Sako Palembang
No. Telp/ HP : 082282364253
Pekerjaan : Mahasiswi
Nama Ayah : Sohi Alik
Nama Ibu : Rosyam
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Pencegahan Dan Biaya Penilaian
Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur
Di Bursa Efek Indonesia

Palembang, Februari 2017

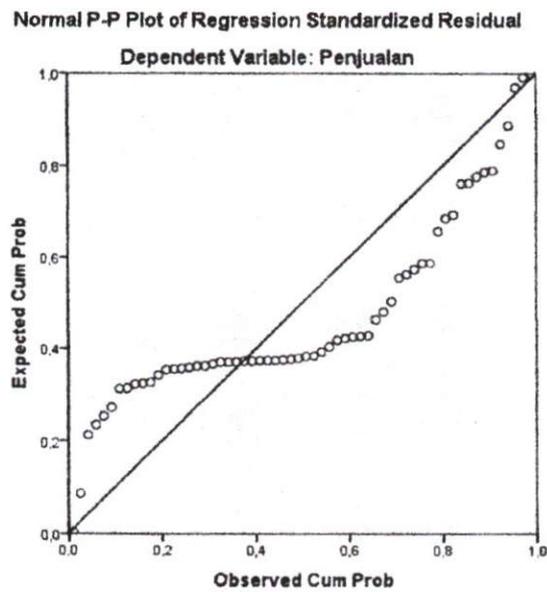
Haryati

Tabel IV.1
Satistik Deskriptif

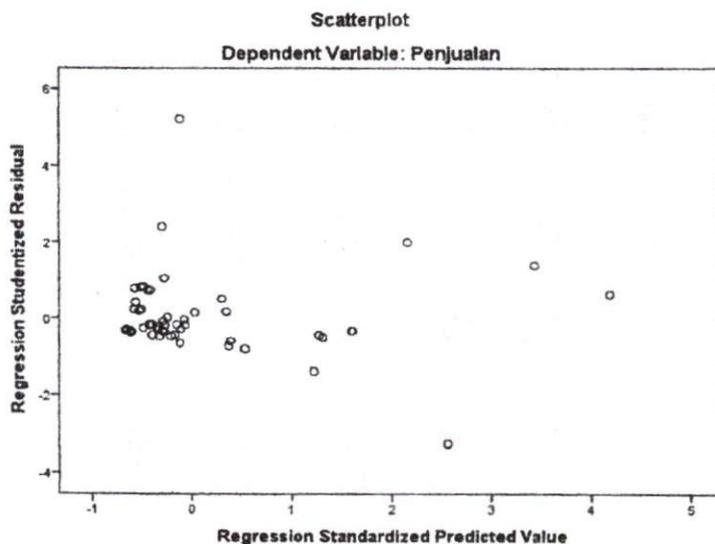
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Pencegahan	60	31195,00	155415130,0	22411917,15	36175600,53
Biaya Penilaian	60	12608,00	192001087,0	19157419,90	39272608,88
Penjualan	60	1101239,00	1,42E+10	2470173828	3332961243
Valid N (listwise)	60				

Gambar IV.1
Hasil Uji P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar IV.2
Uji Heteroskedastisitas



Tabel IV.2
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,842 ^a	,709	,699	1828001854	1,756

a. Predictors: (Constant), Biaya Penilaian, Biaya Pencegahan

b. Dependent Variable: Penjualan

Tabel IV.3
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Biaya Pencegahan	,816	1,225
Biaya Penilaian	,816	1,225

Tabel IV.4
Model Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	721003094,5	284361675,2		2,536	,014		
Biaya Pencegahan	32,379	7,281	,351	4,447	,000	,816	1,225
Biaya Penilaian	53,425	6,707	,630	7,966	,000	,816	1,225

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Tabel IV.5
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.842 ^a	.709	.699	1828001854	1,756

a. Predictors: (Constant), Biaya Penilaian, Biaya Pencegahan

b. Dependent Variable: Penjualan

Tabel IV.6
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	721003094,5 24	284361675,2 27		2,536	,014
	Biaya Pencegahan	32,379	7,281	,351	4,447	,000
	Biaya Penilaian	53,425	6,707	,630	7,966	,000

Tabel IV.7
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,649E+20	2	2,325E+20	69,568	,000 ^b
	Residual	1,905E+20	57	3,342E+18		
	Total	6,554E+20	59			

a. Dependent Variable: Penjualan

b. Predictors: (Constant), Biaya Penilaian, Biaya Pencegahan