

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini berhasil menguji hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara biaya kualitas dengan penjualan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Dengan melakukan penelitian ini, diketahui biaya kualitas yang dialokasikan oleh setiap perusahaan setiap tahunnya tidaklah sama. Ada beberapa perusahaan yang mengalokasikan biaya kualitas setiap tahunnya naik, tetapi ada pula yang setiap tahunnya turun bahkan ada yang dalam dua tahun terakhir dari data penelitian tidak mengalokasikan sama sekali untuk biaya kualitas. Ini terlihat bahwa inkonsistensi perusahaan dalam mengalokasikan biaya kualitas untuk setiap tahunnya dan cenderung fluktuatif.

Sedangkan data penjualan menunjukkan bahwa setiap perusahaan selalu mengalami kenaikan untuk setiap tahunnya pada penjualan. Biaya kualitas dalam penelitian ini didapat dari laporan keuangan tahunan perusahaan selama tiga tahun yaitu tahun 2009-2011 yang dibatasi pada komponen biaya kualitas yaitu biaya pencegahan (pemeliharaan dan perbaikan) dan biaya kegagalan eksternal (klaim mutu). Sedangkan data penjualan didapat dari laporan keuangan tahunan pada penjualan bersih perusahaan selama tiga tahun yaitu tahun 2009-2011.

Dalam analisis hubungan antara biaya kualitas dengan penjualan, penelitian menghasilkan persamaan linier. Berbentuk linier artinya perbandingan besar perubahan yang terjadi pada biaya kualitas sama dengan besar perubahan yang terjadi pada penjualan. Dari uji keberartian regresi dapat disimpulkan bahwa data memiliki regresi yang berarti, berarti/signifikan artinya model regresi ini cukup kuat digunakan untuk meramalkan variabel terikat (penjualan) dari variabel bebas (biaya kualitas). Sedangkan uji normalitas galat taksiran regresi Y terhadap X dengan uji Liliefors, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Kemudian pada hasil pengujian hipotesis dengan uji koefisien korelasi *product moment* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara biaya kualitas dengan penjualan. Selain itu keberartian koefisien korelasi menunjukkan bahwa biaya kualitas memiliki hubungan yang signifikan dengan penjualan. Dilanjutkan dengan hasil koefisien determinasi sebesar 14,44% yang artinya bahwa besarnya penjualan dipengaruhi oleh biaya kualitas sebesar 14,44% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Implikasi

Biaya kualitas ternyata mempunyai pengaruh terhadap penjualan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendahnya biaya kualitas yang dikeluarkan perusahaan maka penjualan perusahaan akan meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan selalu berusaha untuk menurunkan biaya kualitas perusahaan tetapi tetap menjaga kualitas produk yang

dihasilkan. Karena dengan kualitas yang tinggi akan menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa laporan biaya kualitas harus selalu dibuat setiap periode sehingga dapat membantu pihak manajemen dalam mengambil kebijakan yang berhubungan dengan peningkatan kualitas produk perusahaan dan biaya yang dikeluarkan pun harus dilaksanakan lebih efektif lagi dengan memperbesar biaya pencegahan dan biaya penilaian serta memperkecil biaya kegagalan internal dan kegagalan eksternal, agar dapat meningkatkan penjualan bagi perusahaan. Dengan penelitian yang dilakukan maka hendaknya perusahaan lebih memperhatikan lagi pengalokasian dari tiap-tiap komponen biaya kualitas dan perusahaan terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk yang diberikan, terutama dalam hal karena dengan demikian dapat menekan biaya kualitas yang akhirnya akan menekan biaya produksi dan dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

C. Saran

Setelah melakukan penelitian yang didukung hasil perhitungan dan teori-teori yang ada maka peneliti mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak perusahaan dan yang lainnya, yaitu sebagai berikut:

Bagi perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan lagi program peningkatan kualitas produknya dari waktu ke waktu sehingga produk yang akan dihasilkan akan semakin baik sesuai keinginan, kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Perusahaan juga sebaiknya menerapkan pelaporan biaya kualitas pada laporan keuangan tahunan, dengan diklasifikasikan kedalam empat golongan biaya kualitas, agar dapat terlihat dengan jelas komposisi dari masing-masing biaya kualitas dan dapat dilihat kekurangannya yang masih harus mendapat perhatian.

Dalam penelitian ini hanya difokuskan pada satu variabel saja, yaitu biaya kualitas yang hubungannya dengan penjualan. Sedangkan variabel lain tidak diperhatikan. Penjualan merupakan tujuan perusahaan dan penjualan tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain: strategi promosi, harga jual, daya saing antar perusahaan, posisi pasar, dan lain-lain. Maka dari itu, untuk penelitian selanjutnya harus diteliti lebih dari satu variabel X bukan hanya biaya kualitas saja.