

**ANALISIS BIAYA KUALITAS DAN BIAYA PEMASARAN DALAM KAITANNYA DENGAN  
TINGKAT EARNING BEFORE INTEREST AND TAX (EBIT)  
(STUDI KASUS PADA PT. HASJRAT ABADI TOYOTA MANADO CABANG TENDEAN)**

*ANALYSIS OF QUALITY COSTS AND MARKETING COSTS IN ITS CONNECTION WITH  
THE BEFORE INTEREST AND TAX EARNING LEVEL  
(CASE STUDY IN. HASJRAT ABADI TOYOTA MANADO TENDEAN BRANCH)*

Oleh:  
**Yehezkiel Balau<sup>1</sup>**  
**Hendrik Manossoh<sup>2</sup>**  
**Treesje Runtu<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail :

[1yehezkielbalau11@gmail.com](mailto:yehezkielbalau11@gmail.com)

[2hendrikmanossoh@yahoo.com](mailto:hendrikmanossoh@yahoo.com)

[3truntu@yahoo.com](mailto:truntu@yahoo.com)

**Abstrak :** PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendeand yang bergerak dibidang perdagangan dan penjualan kendaraan Mobil merek Toyota dengan dasar kualitas yang bernilai tinggi terhadap konsumennya. Peningkatan kualitas merupakan salah satu aspek penting bagi perusahaan, karena meningkatkan kualitas yang baik maka kepuasan akan terasa oleh pelanggan. Perusahaan perlu memperhatikan aktivitas pemasaran guna untuk keperluan penjualan produk dan jasa yang telah dihasilkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan biaya kualitas dan biaya pemasaran dalam kaitannya dengan *Earning Before Interest and Tax (EBIT)* perusahaan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil analisis penelitian biaya kualitas dan biaya pemasaran dalam kaitannya dengan tingkat EBIT yang diperoleh pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendeand, 3 tahun terakhir 2016-2018 sudah sangat baik. Namun yang memiliki nilai EBIT yang sangat memuaskan terdapat pada tahun 2017 berjumlah Rp. 189.776.812.920. Saran dari penelitian ini perusahaan diharapkan terus mengontrol biaya kualitas yang dikeluarkan dalam satu tahun berjalan, agar tetap berada dibawah persentase 2.5% sesuai teori Hansen dan Mowen (2009). Begitu dengan biaya pemasaran perusahaan harus melakukan peningkatan kinerja wiraniaga dalam setiap tahunnya agar perusahaan dapat memperoleh profit (EBIT).

**Kata Kunci :** *biaya kualitas, biaya pemasaran, penjualan, earning before interest and tax (ebit).*

**Abstract :** PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Tendeand Branch engaged in the trading and selling of Toyota-branded Car vehicles with a quality base that is of high value to its consumers. Improving quality is one of the important aspects for the company, because it improves good quality, customer satisfaction will be felt. Companies need to consider marketing activities for the needs of selling products and services that have been produced. This study aims to analyze the application of marketing costs and costs in promoting it with the company's Earnings Before Interest and Tax (EBIT). The method used in this study is descriptive qualitative with a case study. The results of the analysis of research costs and marketing costs are approved with the EBIT level obtained at PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Branch Tendeand, the last 3 years 2016-2018 have been very good. However, who has a very satisfying EBIT value in 2017, brings Rp. 189,776,812,920. Suggestions from this research are that the company is expected to continue to control the costs incurred in the current year, to remain based on 2.5% according to Hansen theory, and Mowen. So even with the marketing costs the company must increase the performance of salespeople in each income so that the company can earn profits (EBIT).

**Keywords:** *quality costs, marketing costs, sales, earning before interest and tax (ebit).*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Era globalisasi masa sekarang ini tidak dapat dipungkiri lagi bahwa perkembangan ekonomi dan bisnis semakin hari semakin maju, seiring berjalannya waktu bidang ekonomi telah menjadi media perbincangan dan sorotan dunia. Baik dari segi keuntungan maupun kerugian yang di alami para pengguna bisnis, khususnya bagi perusahaan-perusahaan yang harus siap melakukan strategi, rencana, dan tindakan dalam peningkatan kualitas produk dan jasa suatu perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong (2014:11), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Oleh sebab itu peningkatan kualitas produk sangat berpengaruh terhadap penilaian pelanggan akan kualitas produk dari perusahaan tersebut. Dalam meningkatkan kualitas barang dan jasa akan menimbulkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, biaya tersebut adalah biaya kualitas. Era globalisasi ekonomi dunia perusahaan-perusahaan telah memanfaatkan biaya kualitas untuk bersaing dalam bidang usahanya, demi menjadikan suatu perusahaan tersebut terkenal maju atas kualitas produk dan jasa yang di hasilkan benar-benar bernilai tinggi dengan harga jual yang terjangkau.

Di Indonesia saat ini perusahaan-perusahaan telah menggunakan dan menjadikan kualitas sebagai kunci utama manajemen perusahaan dalam menyusun strategi dan target untuk memperoleh keuntungan baik dari segi pelanggan dan nilai jual (laba) terhadap suatu produk. Tentunya hal ini juga akan membawa dampak bagi Negara Indonesia sendiri, dimana Negara-negara lain akan melihat perkembangan perekonomian dan bisnis di Indonesia memiliki kemajuan yang baik. Sehingga dapat menarik perhatian mereka untuk menjalin, bergabung, serta bekerja sama dalam melakukan bisnis dan usaha yang akan dijalankan. Maksud dan tujuan dari perusahaan itu bekerja sama untuk menambah nilai perusahaan, mengurangi resiko persaingan, meningkatkan efisiensi, dan tidak akan mengalami kesusahan dalam mencari serta menambah pasokan produk dan sebagainya. Kerja sama juga dalam istilah akuntansi sering disebut dengan penggabungan usaha antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya.

Menurut Kautsar dan Farid (2016:204) mendefinisikan biaya kualitas (*cost of quality*) adalah suatu kegiatan dalam hal identifikasi seluruh biaya yang muncul berkaitan dengan upaya melakukan perubahan produk berkualitas menjadi produk berkualitas baik dan dapat menarik perhatian. Biaya kualitas juga dikelompokan dalam 2 jenis, yaitu :

1. Biaya pengendalian, yang meliputi biaya pencegahan dan biaya penilaian.
2. Biaya kegagalan, yang meliputi biaya kegagalan dari dalam (*internal*) dan biaya kegagalan dari luar (*eksternal*).

Dengan mengetahui apa saja yang termasuk dalam biaya kualitas, selanjutnya kita harus mengetahui apa saja biaya-biaya yang termasuk dalam biaya pemasaran. Biaya Pemasaran adalah biaya yang meliputi semua biaya yang terjadi saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai menurut Mulyadi (2005:48). Kegiatan analisis pengendalian biaya pemasaran dalam pengalokasiannya dengan beban pemasaran meliputi wilayah, pelanggan, dan produk. Namun, biaya yang dibebankan itu akan dikendalikan serta dianalisis oleh fungsi dan wewenang, agar setiap kegiatan pemasaran dapat terjaga dan dipertanggung jawabkan pada tingkat yang dianggarkan. Ruang lingkup dari biaya pemasaran meliputi, menciptakan, dan mencakup tuntutan-tuntutan baru untuk produksi dan jasa-jasa usaha. Pandangan tersebut menuntut kerja manajemen, diberbagai organisasi permasalahan dalam pemasaran mencurahkan perhatian lebih banyak dibandingkan dengan operasi perusahaan. Setelah semua biaya-biaya yang dikeluarkan sudah diketahui, maka selanjutnya perusahaan perlu melihat berapa jumlah keuntungan yang akan didapatkan (*Profitabilitas*).

Profitabilitas adalah kemampuan mengelola modal atau aktiva perusahaan untuk memperoleh laba dalam satu periode yang ditetapkan oleh perusahaan itu sendiri (Barus dan Leliani, 2013). Pelanggan yang memperoleh barang atau jasa yang berkualitas tinggi dengan biaya pemasaran yang memuaskan akan berpengaruh juga pada tingkat pendapatan sebelum bunga dan pajak (*Interest Before earning and tax/EBIT*). *Earning Before Interest and Tax (EBIT)* atau Pendapatan Sebelum Bunga dan Pajak merupakan indikator profitabilitas perusahaan, dihitung sebagai pendapatan dikurangi biaya, tidak termasuk pajak dan bunga. Dapat di katakan juga sebagai nilai keuntungan bersih tanpa potongan bunga dan pajak atas penjualan suatu produk. Pentingnya biaya

kualitas dan biaya pemasaran terhadap laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) adalah suatu proses perjalanan bisnis usaha, untuk terus berkembang dan menciptakan produk kualitas tinggi dan harga jual yang dapat dijangkau para konsumen dan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi perusahaan maupun konsumen itu sendiri.

Perusahaan PT. Hasjrat Abadi Toyota Cabang Tendea Manado adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan dan penjualan kendaraan Mobil merek Toyota dengan dasar kualitas yang bernilai tinggi terhadap konsumennya. Menawarkan berbagai merek mobil yang siap di pasarkan mulai dari : Avanza/veloz, Agya, Rush, Vios, Yaris, Calya, Fortuner, Hilux, Voxy, Etios, Sienta, Dyna, Alphard, Venturer, dan C\_HR. Perusahaan PT. Hasjrat Abadi Toyota juga telah melakukan pengendalian dan perancangan strategi dalam mengatasi biaya kualitas dan biaya pemasaran dalam meningkatkan kualitas produk kendaraan mobil toyota, mencegah terjadinya kenaikan harga jual, melainkan akan memperoleh pendapatan sebelum bunga dan pajak (EBIT). Sehingga perusahaan dapat terus berjalan dan terkendali sesuai dengan prosedur yang telah di inginkan. Dalam perusahaan PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea sendiri memiliki biaya kualitas yang terdiri dari biaya manajemen umum dan pelatihan, biaya pemeliharaan peralatan, dan biaya penarikan produk dan klaim garansi. Sedangkan biaya pemasaran yang ada pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea terdiri dari biaya gaji wiraniaga (*salesperson*), komisi penjualan, biaya advertensi, biaya promosi, biaya pergudangan, biaya pembungkusan dan pengiriman, biaya angkutan, biaya penagihan. Kaitannya biaya kualitas dan biaya pemasaran dengan nilai EBIT pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea yaitu dengan menghitung semua jumlah biaya yang akan dikurangi dengan jumlah penjualan maka akan memperoleh selisih yang akan disebut sebagai nilai *Earning Before Interest and Tax (EBIT)*.

Biaya Kualitas dan Biaya Pemasaran merupakan sesuatu yang tepat bagi suatu perusahaan dalam menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas bisa juga dikatakan sebagai laba sebelum bunga dan pajak (EBIT).

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Penerapan biaya kualitas pada perusahaan.
2. Penerapan biaya pemasaran pada perusahaan.
3. Menganalisis biaya kualitas dan biaya pemasaran dalam kaitannya dengan EBIT pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Biaya Kualitas**

Untuk mendapatkan produk yang berkualitas, maka harus ada strategi yang dilakukan oleh perusahaan dimana harus ada biaya yang dikeluarkan untuk mencegah terjadinya produk cacat atau yang disebut dengan biaya kualitas. Biaya kualitas sangat berpengaruh bagi perusahaan dalam membantu perusahaan untuk melakukan analisis dan meningkatkan kualitas produknya demi membawa dampak bagi perkembangan layanan dan brand image produk. sehingga hal ini sangat penting bagi perusahaan dalam memperoleh suatu keberhasilan yang diinginkan.

Menurut Hansen dan Mowen (2013:272), biaya kualitas (*cost of quality*) adalah biaya-biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang kualitasnya buruk. Menurut Hansen dan Mowen (2013:272) juga mengungkapkan bahwa biaya kualitas (*cost of quality*) merupakan biaya-biaya yang muncul akibat terjadinya barang atau produk yang berkualitas buruk. Menurut Temy dan Ahalik (2014:35) menjelaskan biaya kualitas (*cost of quality*) adalah biaya yang keluar dari suatu perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk yang bernilai baik. Penulis menyimpulkan bahwa biaya kualitas (*cost of quality*) merupakan pengeluaran biaya yang dilakukan suatu perusahaan guna untuk mencapai kualitas dan memperbaiki kualitas produk yang rendah menjadi produk yang memiliki kualitas yang baik dan bermutu.

### **Biaya Pemasaran**

Secara luas biaya pemasaran dijelaskan merupakan sejumlah biaya yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan aktivitas pemasaran terhadap suatu produk. Diantaranya meliputi kegiatan promosi, iklan, dan

pengangkutan produk dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan yang melakukan aktivitas kegiatan pemasaran. Supriyono (2013) mendefinisikan biaya pemasaran merupakan pengeluaran biaya yang terjadi pada saat akan melakukan kegiatan pemasaran atas barang dagangan atau produk, sehingga biaya tersebut ada pada saat barang dagangan atau produk sudah siap dijual dan akan menerima hasil penjualan yang telah menjadi kas.

Penulis menyimpulkan bahwa Biaya pemasaran adalah sejumlah biaya-biaya yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran produk. Yang didalamnya meliputi biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, dan gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran.

### **Earning Before Interest and Tax (EBIT)**

*Earning Before Interest and Tax (EBIT)* merupakan keuntungan/laba yang diperoleh sebelum pajak dikurangi dengan keuntungan/laba dari perolehan penjualan aktiva tetap, aktiva lain-lain, aktiva nonproduktif, dan saham penyertaan langsung. Menurut Harahap (2013: 297), menjelaskan rasio profitabilitas merupakan bagian dari rasio keuangan. Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan dari satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan (berarti).

Sehubungan dengan berbagai definisi diatas maka penulis menyimpulkan bahwa *earning before interest and tax (EBIT)* merupakan sejumlah keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan sebelum bunga dan pajak. Khususnya dalam penelitian ini *earning before interest and tax (EBIT)* penulis menyimpulkan sebagai keuntungan bersih dari *total revenue* (yang menjadi dasar pengenaan pajak) dikurangi *total cost*.

### **Penjualan**

Penjualan merupakan usaha-usaha perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dengan jalan menyediakan atau menjual barang atau jasa yang paling baik dengan harga yang layak. Pendapat lain bahwa penjualan adalah seni mempengaruhi atau merangsang orang-orang untuk mengikuti apa yang diinginkan oleh para bidang wakil penjualan.

Tingkatan penjualan merupakan jumlah (Rp) penjualan dari hasil produksi perusahaan dalam periode tertentu. Tingkat penjualan hasil produksi dari waktu ke waktu biasanya mengalami pasang surut, kadang naik kadang turun. Seorang pengusaha yang baik tidak hanya memikirkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi naik turunnya penjualan dimasa lalu, melainkan juga memikirkan faktor-faktor yang akan diperkirakan dalam mempengaruhi kelancaran dimasa yang akan datang. Dalam penelitian ini data penjualan sangat diperlukan untuk membandingkan hasil dari pengurangan seluruh biaya yang dikeluarkan dan jumlah penjualan yang dilakukan selama tahun berjalan, sehingga hal ini dapat membantu perusahaan untuk mengetahui hasil dari *earning before interest and tax (EBIT)*.

### **Penelitian Terdahulu**

Ningtyas (2018) dengan judul Pengaruh biaya kualitas terhadap jumlah penjualan pada PT. Fajar Agung Medan. Tujuan penelitian ini adalah Mengetahui pengaruh biaya kualitas terhadap jumlah penjualan pada PT. Fajar Agung Medan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa biaya kualitas secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah penjualan.

Obied-Allah (2016) dengan judul *Quality Cost and Its Relationship to Revenue Sharing in Supply Chain*. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengukur biaya kualitas yang memungkinkan perusahaan untuk mengelola pendapatan dalam rantai pasokan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah proporsi bagi hasil dialokasikan untuk pemasok meningkat karena biaya daur ulang pemasok meningkat.

Shaher (2016) dengan Judul *The Informational Content for the Accounting Profit Measurements and its Relations to the Earning per Share in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies: An Empirical Study (2006-2013)*. Tujuan dari penelitian ini Mengetahui hubungan antara konten informasi dengan laba akuntansi pengukuran (persentase pengembalian investasi, modal kerja, laba operasi, dan pendapatan per saham). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian adalah Menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan secara statistik dengan variabel faktor rasio modal kerja dalam laba per saham.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Dimana peneliti secara langsung mendatangi objek penelitian yaitu Perusahaan PT. Hasjarat Abadi Toyota Manado Cabang Tendeand untuk mendapatkan dan memperoleh data-data dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi. Data merupakan sejumlah keterangan-keterangan yang didapatkan dari penelitian atau melalui referensi-referensi untuk menganalisis biaya kualitas dan biaya pemasaran dalam kaitannya dengan EBIT pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendeand.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian bertempat di PT Hasjrat Abadi Manado cabang Tendeand, Jln. Pierre Tendeand, Kelurahan Sario Utara, Kecamatan Sario Manado, Sulawesi Utara. Waktu untuk penelitian ini dilaksanakan sejak bulan April hingga pada bulan Mei.

### Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk data, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto. Data kualitatif yang didapat dalam penelitian ini yaitu struktur organisasi, prosedur penggunaan biaya kualitas, prosedur penggunaan biaya pemasaran, dan proses keuntungan yang di peroleh sebelum bunga dan pajak.

### Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini data hasil penelitian yang didapatkan melalui dua sumber data, yaitu data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2013:223), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi langsung. Sedangkan data sekunder ialah data pendukung yang di peroleh dari sumber lain yang atau lewat perantara lain yang berkaitan dengan penelitian.

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan melakukan wawancara, dan dokumentasi. Wawancara adalah kegiatan tanya jawab yang saling bertatap muka ataupun tanpa muka dengan tujuan memperoleh penjelasan mengenai informasi yang akan dibutuhkan oleh pihak penanya. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian atau merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya.

Dalam wawancara ini dilakukan kepada bagian keuangan, supervisor dan manajer penjualan yaitu tentang sumber biaya-biaya kualitas produk, biaya pemasaran dan penjualan atas produk tersebut. Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/ tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya. Dalam artian umum dokumentasi merupakan sebuah pencarian, penyelidikan, pengumpulan, pengawetan, penguasaan, pemakaian dan penyediaan dokumen. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan dan bukti. Dalam hal ini termasuk kegunaan dari arsip perpustakaan dan kepustakaan.

### Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode deskriptif adalah metode analisis dengan terlebih dahulu mengumpulkan data yang ada kemudian diklarifikasi, dianalisis, selanjutnya diinterpretasikan sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan yang diteliti. Menurut Sujarweni (2014:34), menyatakan analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode, atau tanda, dan mengkategorikan sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab.

**Proses Analisis Data**

Proses atau prosedur analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan dan merumuskan masalah.
2. Melakukan studi kepustakaan mengacu pada teori-teori yang berlaku dan dapat dicari atau ditemukan pada buku-buku teks ataupun penelitian orang lain.
3. Mengumpulkan data.
4. Mengolah dan menyajikan informasi.
5. Menganalisis dan menginterpretasikan.
6. Membuat kesimpulan.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****Hasil Penelitian**

Hasil penelitian data yang diperoleh atau didapatkan melalui metode wawancara dan dokumentasi meliputi data penjualan, biaya kualitas dan biaya pemasaran dalam periode 3 (tiga) tahun terakhir, yaitu pada tahun 2016, 2017, dan 2018.

**Biaya Kualitas Pada Penjualan**

Persentase biaya kualitas dengan penjualan maka kita akan menghitung lewat tabel 1 yaitu :

**Tabel 1. Persentase Biaya Kualitas Terhadap Penjualan PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendean dalam sekali kegiatan (dalam rupiah) periode 2016 – 2018.**

Tahun	Total Biaya Kualitas (Rp)	Penjualan (Rp)	Persentase Biaya Kualitas terhadap penjualan (%)
2016	148.289.177	140.379.034.163	0.11
2017	145.643.606	191.647.198.526	0.08
2018	148.921.838	176.290.674.262	0.08

Sumber : Hasil data diolah 2019

Perolehan yang didapatkan dari tabel 1 bahwa persentase biaya kualitas dengan penjualan pada tahun 2016 dengan jumlah 0.11%. berbeda dengan tahun 2017 dan 2018 persentase yang diperoleh memiliki jumlah yang sama yaitu 0.08%.

**Biaya Pemasaran Pada Penjualan**

Sejumlah biaya-biaya pemasaran yang dijadikan rasio penilaian terhadap penjualan pada tabel berikut :

**Tabel 2. Total Biaya Pemasaran dan Penjualan PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendean periode tahun 2016 - 2018**

Tahun	Jumlah Biaya Pemasaran (Rp)		Tingkat Penjualan
	Biaya Gaji wiraniaga	Biaya Promosi & Advertasi	
2016	1.152.000.000	212.700.000	140.379.034.163
2017	1.309.392.000	212.700.000	191.647.198.526
2018	1.559.004.768	212.700.000	176.290.674.262

Sumber : Hasil olah data 2019

Bedasarkan data pada tabel 2 dapat dianalisis rasio penggunaan biaya-biaya pemasaran yang dijadikan sebagai dasar rasio penilaian terhadap penjualan tersebut pada tiga tahun tersebut, dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3. Perbandingan Nilai (Teori) dan Rasio Biaya Pemasaran Terhadap penjualan PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea**

Nama Biaya	Persentase (%)					
	2016		2017		2018	
	Teori	Perusahaan	Teori	Perusahaan	teori	Perusahaan
<b>Biaya Gaji wiraniaga</b>	18	0.82	18	0,68	18	0,88
<b>Biaya Promosi &amp; Advertasi</b>	11	0,15	11	0,11	11	0,12

Sumber : Hasil olah data 2019

Perolehan yang didapatkan pada tabel 3 persentase atas biaya gaji wiraniaga PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea, tahun 2016 yaitu 0.82%, pada tahun 2017 yaitu 0.68%, dan pada tahun 2018 yaitu 0.88%. sedangkan persentase dari biaya promosi dan advertasi PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea pada tahun 2016 yaitu 0.15%, pada tahun 2017 yaitu 0.11%, dan pada tahun 2018 yaitu 0.12%. Sehingga dari perolehan kedua biaya tersebut PT. Hasjrat Abadi mengeluarkan persentase biaya terbesar pada tahun 2016, 2017, dan 2018 yaitu atas biaya gaji wiraniaga.

## Pembahasan

### Analisis Biaya Kualitas.

Menurut Hansen dan Mowen, (2013:272), biaya kualitas (*cost of quality*) adalah biaya-biaya yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang kualitasnya buruk. Setiap perusahaan dapat melihat setiap anggaran yang harus dikeluarkan, hal ini agar biaya kualitas dapat diukur lewat persentase 2.5% dari persentase penjualan sesuai dengan teori yang di terapkan oleh Hansen dan Mowen (2009:276).

Hasil penelitian yang dilakukan persentase biaya kualitas dengan penjualan pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea, dari ketiga tahun tersebut yaitu 2016, 2017, dan 2018 pada tabel 1 semua perolehan tidak melebihi 2.5%. dimana perolehan pada tahun 2016 dengan jumlah 0.11%. berbeda dengan tahun 2017 dan 2018 persentase yang diperoleh memiliki jumlah yang sama yaitu 0.08%. Hal ini dinilai bahwa biaya kualitas pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Abadi Manado Cabang Tendea berjalan dengan baik sesuai dengan teori yang diterapkan oleh Hansen dan Mowen (2009:276).

Perbandingan persentase atas jurnal pendukung oleh Novia, Nurleli, dan Rosdiana. Perolehan yang didapatkan atas persentase biaya kualitas dengan penjualan sangat berbeda, atau berbanding terbalik dengan perolehan yang didapatkan dari jurnal pendukung yaitu melebihi 2.5% atas teori persentase yang diterapkan pada setiap perusahaan.

### Analisis Biaya Pemasaran

Menurut Mulyadi (2005:13), biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Definisi lain dalam bukunya mulyadi menjelaskan bahwa biaya pemasaran adalah suatu produk yang telah selesai di produksi, disimpan dalam gudang sampai produk tersebut berubah ke dalam bentuk uang tunai. Standar rasio biaya pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016:273) dalam suatu perusahaan rasio biaya pemasaran adalah sebesar 30% yang terdiri dari lima unsur rasio biaya terhadap periode penjualan sebelumnya, yaitu: wiraniaga terhadap penjualan (15%), periklanan terhadap penjualan (5%), promosi terhadap penjualan (6%), administrasi penjualan terhadap penjualan (3%), dan riset pemasaran terhadap penjualan (1%). Dengan teori tersebut perbandingan akan dilakukan atas biaya gaji wiraniaga dengan standar persentase 18%, dan biaya promosi & advertasi dengan standar persentase 11%.

Hasil penelitian yang diperoleh pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea sesuai rasio biaya pemasaran pada tabel 3, perbandingan rasio biaya pemasaran atas biaya gaji wiraniaga, biaya promosi dan advertasi perolehan berada jauh dibawah persentase teori yang diterapkan. PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea memperoleh persentase atas biaya gaji wiraniaga PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea, tahun 2016 yaitu 0.82%, pada tahun 2017 yaitu 0.68%, dan pada tahun 2018 yaitu 0.88%. sedangkan

persentase dari biaya promosi dan advertasi PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea pada tahun 2016 yaitu 0.15%, pada tahun 2017 yaitu 0.11%, dan pada tahun 2018 yaitu 0.12%. Sehingga dari perolehan kedua biaya tersebut PT. Hasjrat Abadi mengeluarkan persentase terbesar pada tahun 2016, 2017, dan 2018 yaitu atas biaya gaji wiraniaga.

Dilihat dari perbandingan atas hasil perolehan jurnal pendukung oleh Novia, Nurleli, dan Rosdiana. Perolehan sangat jauh berbeda melebihi dimana hasil perolehan dari jurnal pendukung atas teori Kotler dan Keller (2016:273), dengan hasil penelitiannya proyek 1, proyek 2 dan proyek 3 atas persentase biaya gaji wiraniaga melebihi standar persentase rasio biaya gaji wiraniaga. Perolehan proyek 4, proyek 5, dan proyek 6 berada dibawah persentase 18%. Sedangkan perolehan biaya gaji promosi dan advertasi, perolehannya berada dibawah standar persentase 11%.

#### **Analisis Biaya Kualitas dan Biaya Pemasaran dalam Kaitannya dengan Tingkat *Earning Before Interest and Tax (EBIT)***

*Earning Before Interest and Tax (EBIT)* merupakan keuntungan/laba yang diperoleh sebelum pajak dikurangi dengan keuntungan/laba dari perolehan penjualan aktiva tetap, aktiva lain-lain, aktiva nonproduktif, dan saham penyertaan langsung. Profitabilitas adalah kemampuan mengelola modal atau aktiva perusahaan untuk memperoleh laba dalam satu periode yang ditetapkan oleh perusahaan itu sendiri (Barus dan Leliani, 2013). Untuk mencari kaitan biaya kualitas dan biaya pemasaran dengan tingkat *Earning Before Interest and Tax (EBIT)*, yaitu dengan menggunakan kerangka pemikiran konseptual dimana total penjualan dikurangi dengan total biaya maka akan memperoleh hasil atas perolehan *Earning Before Interest and Tax (EBIT)*. Total biaya yang diperoleh yaitu dari biaya kualitas yang ditambahkan dengan biaya pemasaran.

Hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea, perolehan EBIT dalam mempermudah perhitungan, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. Laporan Tingkat EBIT PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea (dalam Rupiah) periode tahun 2016 - 2018**

Tahun	Total Revenue	Total Costs	EBIT
2016	140.379.034.163	1.902.519.177	138.476.514.986
2017	191.647.198.526	1.870.385.606	189.776.812.920
2018	176.290.674.262	2.296.036.606	173.994.637.656

Sumber : Perusahaan, data diolah 2019

Perolehan tingkat EBIT pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea pada tabel 4.7 pada tahun 2016 dengan total penjualan Rp. 140.379.034.163,00 dikurangi dengan total biaya Rp. 1.902.519.177,00 perolehan nilai EBIT berjumlah Rp. 138.476.514.986,00. Pada tahun 2017 dengan total penjualan Rp. 191.647.198.526,00 dikurangi dengan total biaya Rp. 1.870.385.606,00 dengan jumlah EBIT yang diperoleh Rp. 189.776.812.920,00. Dan pada tahun 2018 total penjualan Rp. 176.290.674.262,00 dikurangi total biaya Rp. 2.296.036.606,00 maka EBIT yang diperoleh Rp. 173.994.637.656,00. Dari ketiga tahun tersebut perolehan nilai EBIT terbanyak PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea pada tahun 2017, hal ini disebabkan oleh total biaya yang dikeluarkan sangat kecil dengan total penjualan yang didapatkan sangat besar sehingga hal ini menyebabkan perolehan EBIT yang lebih baik dari tahun 2016 dan tahun 2018.

Perbandingan atas jurnal pendukung oleh Novia, Nurleli, dan Rosdiana. Perolehan yang didapatkan sangat berbeda, dimana hasil pada jurnal pendukung nilai EBIT yang didapatkan sangat kecil dari jumlah biaya yang dikeluarkan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Penerapan biaya kualitas pada perusahaan sudah sangat efektif. Biaya kualitas pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendea, perolehan perolehan tidak melebihi 2.5%. dimana perolehan pada tahun 2016



- dengan jumlah 0.11%. berbeda dengan tahun 2017 dan 2018 persentase yang diperoleh memiliki jumlah yang sama yaitu 0.08%. Hal ini dinilai bahwa biaya kualitas pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Abadi Manado Cabang Tendean berjalan dengan baik sesuai dengan teori yang diterapkan oleh Hansen dan Mowen (2009:276).
2. Penerapan biaya pemasaran pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendean juga sudah berjalan dengan sangat efektif. Biaya pemasaran pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendean, perolehan perbandingan atas standar rasio biaya pemasaran berada dibawah persentase yang diterapkan oleh teori kotler (2016).
  3. Penerapan biaya kualitas dan biaya pemasaran berdasarkan hasil analisis berdampak pada tingkat profitabilitas (EBIT) pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendean, 3 (tiga) tahun terakhir 2016-2018 sudah sangat baik. Namun yang memiliki nilai EBIT yang sangat memuaskan terdapat pada tahun 2017 berjumlah Rp. 189.776.812.920.

### Saran

Saran yang dapat diberikan adalah:

1. Pengendalian biaya kualitas harus perlu dipertahankan perusahaan dengan sangat baik, dan terus melakukan pengontrolan terhadap kinerja manajemen perusahaan untuk tetap menjaga kestabilan biaya yang dikeluarkan. Hal ini dikarenakan perusahaan hanya sebagai perusahaan distributor, jika terjadi kesalahan dalam pengontrolan biaya kualitas yang tidak baik, perusahaan akan mengalami atau berpengaruh pada hasil laba yang akan diperoleh perusahaan. Terus menjaga agar jumlah biaya kualitas perusahaan yang dikeluarkan dalam satu tahun berjalan, tetap berada dibawah persentase 2.5% berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Hansen dan Mowen (2009:276).
2. Biaya pemasaran pada perusahaan sudah terbilang baik, yang perlu kita lihat dan kembangkan yaitu perusahaan harus melakukan peningkatan biaya gaji wiraniaga dalam setiap tahunnya. Seperti yang kita lihat pada hasil penelitian bahwa dengan biaya gaji wiraniaga yang meningkat tiap tahunnya maka profit (EBIT) dari penjualan yang diperoleh pun semakin besar. Oleh karena perusahaan diharapkan untuk memanfaatkan strategi yang baik lewat gaji wiraniaga, yang perlu dilakukan yaitu perusahaan harus menambah para wiraniaga perusahaan agar target penjualan dan hasil yang didapatkan semakin bagus dan perusahaan akan terus berkembang dengan baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Barus, A. C., dan Leliani. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikrosi*. (Volume 3 Nomor 02, oktober 2013). Hal. 111-121. [file:///C:/Users/Asus/Downloads/207-493-1-SM%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/207-493-1-SM%20(2).pdf). Diakses januari 19, 2019.
- Hansen, Don R., dan Mowen, Maryanne M. 2009. *Akuntansi Manajerial*, Edisi 8 Buku 2. Salemba Empat, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Akuntansi Manajerial*. Buku 2, Edisi 8. Salemba Empat, Jakarta.
- Harahap, S. S. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan* Edisi 11. Rajawali Pers, Jakarta.
- Kautsar, R. dan Farid, M. 2016. *Akuntansi Manajemen*. PT Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong. 2014. *Principles of Marketing*. 12th Edition, Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition. Pearson Prentice Hall, Inc, New Jersey.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta
- Ningtyas, H. 2018. Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Jumlah Penjualan pada PT. Fajar Agung Medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*. Vol.18 No.1, Maret 2018. ISSN : 1693-7597. [file:///C:/Users/Asus/Downloads/2044-3374-2-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/2044-3374-2-PB%20(1).pdf). Diakses februari 03, 2019.

- Novia., Nurleli dan Rosdiana. 2017. Analisis Biaya Kualitas dan Biaya Pemasaran dalam Kaitannya Dengan Tingkat Earning Before Interest and Tax (EBIT) (Studi Kasus pada PT. X). *jurnal Kajian Akuntansi*. Hal: 01-12 [file:///C:/Users/Asus/Downloads/3067-9448-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/3067-9448-1-PB%20(2).pdf). Diakses November 21, 2018.
- Obied-Allah, F. M. 2016. *Quality Cost and Its Relationship to Revenue Sharing in Supply Chain*. *Accounting and Finance Research*. Vol. 5, No. 3; 2016. ISSN 1927-5986. <file:///C:/Users/Asus/Downloads/9590-33843-1-PB.pdf>. Diakses Januari 20, 2019.
- Shaher. 2016. *The Informational Content for the Accounting Profit Measurements and its Relations to the Earning per Share in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies: An Empirical Study (2006-2013)*. *International Journal of Academic Resesarch In Accounting, finance and Management sciences*. Vol. 6, No. 1, January 2016. PP 83-93. [http://hrmars.com/hrmars\\_papers/Article\\_12\\_The\\_Informational\\_Content\\_for\\_the\\_Accounting\\_Profit\\_Measurements.pdf](http://hrmars.com/hrmars_papers/Article_12_The_Informational_Content_for_the_Accounting_Profit_Measurements.pdf). Diakses Maret 02, 2019.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Supriyono, R. 2013, *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian Biaya, serta Pengambilan Keputusan*. BPFE, Yogyakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi penelitian*. Pustakabaru, Yogyakarta.
- Temy dan Ahalik. 2014. *Akuntansi Biaya dan Manajemen*. PT. Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.

