BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1. Biaya Kualitas

2.1.1.1. Pengertian Biaya Kualitas

Biaya kualitas merupakan kegiatan penting dalam produksi perusahaan. Dalam jangka pendek, perusahaan yang tidak memperhatikan biaya kualitas seakan-akan dapat menekan biaya produksi karena perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya kualitas yang jumlahnya terkadang cukup besar. Namun dalam jangka panjang perusahaan tidak memperhatikan kualitas produk outputnya akan mengalami kesulitan pemasaran. Hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan perusahaan untuk bersaing dengan produk-produk sejenis dari perusahaan-perusahaan pesaing yang kualitasnya lebih baik.

Menurut Bambang Hariadi (2002:387) mendefinisikan biaya kualitas yaitu sebagai berikut :

> Biaya kualitas adalah biaya atas aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk menghindarkan suatu produk atau jasa dari kualitas jelek yang mungkin ada. Definisi mencakup dua aktivitas yaitu aktivitas pengendalian (*control activities*) dan aktivitas kegagalan (*failure activities*).

Sedangkan menurut Blocher, Chen dan Lin (2000:220) mendefinisikan biaya kualitas yaitu sebagai berikut :

”Biaya kualitas adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan pencegahan, pengindentifikasian, perbaikan dan pembetulan produk yang berkualitas rendah”.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya kualitas merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menghindari terjadinya barang yang diproduksi mengalami kegagalan (cacat) atau biaya yang dikeluarkan karena adanya barang cacat yang diakibatkan dari kualitas barang yang rendah.

2.1.1.2. Klasifikasi Biaya Kualitas

Biaya kualitas tidak hanya terdiri atas biaya untuk mencapai mutu, tetapi juga biaya yang terjadi karena kurangnya kualitas. Untuk memahami dan meminimalkan biaya kualitas, jenis biaya kualitas harus diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori.

Menurut Joseph Juran dalam Blocher, Chen dan Lin (2000:220) mengklasifikasikan biaya kualitas kedalam empat kategori:

1. Biaya Pencegahan

   Biaya Pencegahan adalah pengeluaran-pengeluaran yang dikeluarkan untuk mencegah terjadinya cacat kualitas.

2. Biaya penilaian

   Biaya penilaian (deteksi) dikeluarkan dalam rangka pengukuran dan analisis data untuk menentukan apakah produk atau jasa sesuai dengan spesifikasinya. Biaya-biaya ini terjadi setelah produksi tetapi sebelum penjualan.

3. Biaya Kegagalan Internal

   Biaya kegagalan internal adalah biaya yang dikeluarkan karena rendahnya kualitas yang ditemukan sejak penilaian awal sampai dengan pengiriman kepada pelanggan. Biaya-biaya ini tidak bernilai tambah dan tidak pernah diperlukan.

4. Biaya kegagalan eksternal

   Biaya kegagalan eksternal merupakan biaya yang terjadi dalam rangka meralat cacat kualitas setelah produk sampai pelanggan dan laba yang gagal karena hilangnya peluang sebagai akibat adanya produk atau jasa yang tidak dapat diterima pelanggan.

Keempat kategori biaya kualitas ini saling mempengaruhi, menurut Crosby bahwa biaya kualitas mempunyai dua komponen yaitu harga kesesuaian (`*conformance*`) dan harga ketidaksesuaian (`*non conformance*`). Biaya pencegahan dan biaya penilaian merupakan *cost of conformance* karena biaya-biaya tersebut terjadi dalam rangka memastikan produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan. Biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal merupakan *cost of non conformance*. Biaya-biaya tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan dan `*opportunity cost*` karena ditolaknya produk atau jasa.

Biaya pencegahan biasanya merupakan biaya terendah dan paling mudah untuk dikendalikan oleh manajemen diantara empat kategori biaya kualitas. Biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal merupakan biaya kualitas yang termahal, khususnya biaya kegagalan eksternal.

Rendahnya biaya produksi sebagai akibat perbaikan kualitas akan membentuk harga pokok produksi dan harga jual yang wajar dan kompetitif (harga bersaing), yang akan menjadi keunggulan tersendiri bagi perusahaan yang bersangkutan. Karena produk yang dihasilkan adalah produk berkualitas dengan tingkat harga yang bersaing maka akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, dimana produk yang dihasilkan tersebut telah dibuat sesuai dengan spesifikasi dan keinginan pelanggan.

2.1.2. Biaya Pencegahan

2.1.2.1. Pengertian Biaya Pencegahan

Biaya Pencegahan merupakan komponen biaya kualitas yang sangat penting bagi kegiatan pengendalian kualitas. Apabila komponen biaya pencegahan dimaksimalkan maka kualitas produk yang dihasilkan perusahaan akan menjadi semakin baik.

Menurut Blocher, Chen dan Lin (2000: 220) mendefinisikan biaya pencegahan yaitu sebagai berikut :

”Biaya Pencegahan (*Prevention Cost*) merupakan pengeluaran-pengeluaran yang dikeluarkan untuk mencegah terjadinya cacat kualitas”

Sedangkan Menurut Nursya`bani Purnama (2006:24) mendefinisikan biaya pencegahan yaitu sebagai berikut :

”biaya pencegahan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mencegah terjadinya kerusakan produk atau kesalahan dalam layanan”

Definisi biaya pencegahan menurut Bambang Hariadi (2002:388):

”Biaya pencegahan merupakan biaya yang berkaitan dengan upaya untuk mencegah adanya kualitas yang buruk pada produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan”

Berdasarkan definisi-definisi tersebut di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya pencegahan merupakan biaya-biaya yang diperlukan dalam usaha untuk menghindari produk yang dihasilkan cacat. Biaya pencegahan sering pula diartikan sebagai biaya-biaya yang timbul untuk mencegah produksi produk-produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi.

2.1.2.2. Komponen Biaya Pencegahan

Menurut Blocher, Chen, dan Lin (2000:220) ada beberapa komponen biaya yang termasuk dalam biaya pencegahan, yaitu sebagai berikut:

1. Biaya pelatihan Kualitas

   Yaitu pengeluaran-pengeluaran yang dikeluarkan untuk program-program pelatihan internal dan eksternal, yang meliputi upah dan gaji yang dibayarkan dalam pelatihan, biaya instruksi, biaya staf klerikal dan macam-macam biaya dan bahan habis pakai untuk menyiapkan buku pegangan dan manual instruksi.

2. Biaya Perencanaan Kualitas

   Upah dan overhead untuk perencanaan kualitas, lingkaran kualitas, desain prosedur baru, desain peralatan baru untuk meningkatkan kualitas kehandalan dan evaluasi supplier.

3. Biaya Pemeliharaan peralatan

   Yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memasang, menyesuaikan, mempertahankan, memperbaiki dan menginspeksi peralatan produk, proses, dan sistem.

4. Biaya Penjaminan Supplier

   Yaitu biaya yang dikeluarkan untuk mengembangkan kebutuhan dan pengukuran data, auditing, dan pelaporan kualitas.

Umumnya, dengan naiknya biaya pencegahan, biaya kualitas lainnya akan menurun. Jelas sekali, cara terbaik bagi perusahaan dalam mengeluarkan uang untuk biaya yang berkaitan dengan kualitas dengan cara menginvestasikan kedalam tindakan-tindakan pencegahan. Biasanya biaya pencegahan merupakan biaya kebijakan dan sebagian besar merupakan biaya yang paling efektif untuk memperbaiki kualitas.

2.1.3. Rasio Profitabilitas

2.1.3.1. Pengertian Rasio Profitabilitas

Dibawah ini terdapat beberapa pendapat para ahli di bidang ekonomi yang menjelaskan tentang pengertian analisis profitabilitas.

James C. V Horne dan John M Whachowic, JR. (2005:222) mendefinisikan rasio profitabilitas sebagai berikut:

"Rasio profitabilitas adalah rasio yang menghubungkan laba dari penjualan dan investasi."

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2008:304) mengemukakan bahwa :

> Rasio rentabilitas atau disebut juga profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya.

Menurut Agus Sartono (2008:122), rasio profitabilitas adalah :

"Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dengan hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri."

Dari pengertian yang telah diuraikan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba dari tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu.

2.1.3.2. Klasifikasi Rasio Profitabilitas

Menurut James C. V Horne dan John M Whachowic, JR. (2005:222) rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Bersama-sama, rasio ini akan menunjukan efektivitas operasional keseluruhan perusahaan.

a. Profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan:

   1. Rasio Margin laba kotor (*Gross Profit Margin*) memberitahu laba dari perusahaan yang berhubungan dengan penjualan, setelah kita mengurangi biaya untuk memproduksi barang yang dijual. Rasio tersebut merupakan

pengukur efisiensi operasi perusahaan, serta merupakan indikasi dari cara produk ditetapkan harga.

2. Rasio Margin Laba Bersih (*Profit On Sales*) adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan.

b. Profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi

1. *Return On Investment* (ROI) atau *Return On Assets* (ROA)

   Rasio ini membandingkan laba setelah pajak dengan total aktiva.

2. *Return On Equity* (ROE)

   Rasio ini menunjukan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham, dan sering kali digunakan dalam membandingkan dua atau lebih perusahaan dalam sebuah industri yang sama.

2.1.4. *Return On Investment* (ROI)

2.1.4.1. Pengertian *Return On Investment* (ROI)

Dibawah ini terdapat beberapa pendapat para ahli di bidang ekonomi yang menjelaskan tentang pengertian *Return On Invesment* (ROI).

Sedangkan menurut S. Munawir (2004:89) menjelaskan bahwa :

> *Return On Investment* itu sendiri adalah salah satu bentuk dari ratio profitabilitas yang dimaksudkan untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasinya perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

Menurut Lukman Syamsudin (2007:63), mengatakan bahwa:

"*Return On Investment* (ROI) adalah pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. "

Menurut Agus Sartono (2008:123)

"return on investment atau return on assets menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan"

Dari pengertian yang telah diuraikan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa *Return On Investment* (ROI) menunjukan seberapa banyak laba bersih yang bisa dihasilkan dari seluruh pemanfaatan kekayaan (total aktiva) yang dimiliki perusahaan, Sehingga dipergunakan angka laba setelah pajak dan kekayaan perusahaan.

Analisis rasio *Return On Investmen* (ROI) dalam analisis keuangan mempunyai arti yang sangat penting karena merupakan salah satu teknik analisis yang bersifat menyeluruh (*comprehensive*). Analisis rasio *Return On Investment* (ROI) merupakan teknik analisis yang lazim digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. *Return On Investment* (ROI) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan investasi yang ditanamkan dalam total asset yang digunakan untuk memperoleh keuntungan.

2.1.4.2. Rumus *Return On Investment* (ROI)

Menurut Lukman Syamsudin (2007:63) *Return On Investment* (ROI) atau *Return On Assets* (ROA), Rasio ini membandingkan laba setelah pajak dengan total aktiva.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Net profit after taxes}}{\text{Total assets}}$$

2.1.4.3. Kegunaan *Return On Investment* (ROI)

Menurut S. Munawir (2004:91) kegunaan *Return On Investment (ROI)* dapat dikemukakan sebagai berikut:

a. Sebagai salah satu kegunaannya yang prinsipil ialah sifatnya yang menyeluruh. Apabila perusahaan sudah menjalankan praktek akuntansi yang baik maka management dengan menggunakan tehnik analisa ROI dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang bekerja, efisiensi produksi dan efesiensi dibagian penjualan.
b. Apabila perusahaan mempunyai data industri sehingga dapat diperoleh rasio industri, maka dengan analisa ROI ini dapat dibandingkan efisiensi penggunaan modal pada perusahaannya dengan perusahaan lain yang sejenis, sehingga dapat diketahui apakah perusahaannya berada dibawah, sama, atau di atas rata-ratanya.
c. Analisa ROI-pun dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh divisi/bagian, yaitu dengan mengalokasikan semua biaya dan modal ke dalam bagian yang bersangkutan.
d. Analisa ROI juga dapat digunakan unutk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
e. ROI selain berguna untuk keperluan kontrol, juga berguna untuk keperluan perencanaan. Misalnya ROI dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan kalau perusahaan akan mengadakan expansi.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kegunaan *Return On Investment (ROI)* sifatnya menyeluruh dan dapat digunakan untuk mengambil

keputusan bagi pihak manajemen perusahaan maupun pihak luar perusahaan untuk perencanaan dimasa mendatang.

2.1.5. Pengaruh Biaya Pencegahan Terhadap *Return On Investment*

Adanya pengaruh antara biaya pencegahan terhadap *Return On Investment* (ROI) terdapat dalam pernyataan Blocher, Chen, Lin (2000:223), yaitu sebagai berikut:

> Dengan mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk pencegahan, perusahaan semakin sedikit mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan kegagalan internal dan eksternal. Penghematannya sendiri bisa menjadi besar sekali. Perusahaan tidak hanya menikmati nilai yang dirasakan dari produknya tetapi juga penjualan dan pangsa pasar yang meningkat, serta laba dan ROI yang semakin tinggi.

2.2 Kerangka Pemikiran

Salah satu fungsi objektif perusahaan adalah *going concern*, yaitu kegiatan suatu perusahaan diharapkan akan berjalan terus-menerus, dalam hal ini berkaitan dengan aktivitas produksi. PT PINDAD (Persero) merupakan perusahaan manufacture yang bergerak dalam bidang Produk Militer dan Produk Komersial. Kegiatan PT PINDAD mencakup desain dan pengembangan, rekayasa, perakitan dan fabrikan serta perawatan. Tentunya dalam memproduksi produk tersebut PT PINDAD (Persero) berorientasi pada produk yang berkualitas.

Untuk menghasilkan produk yang berkualitas maka peruahaan harus mengeluarkan biaya yang berkenaan dengan peningkatan kualitas. biaya tersebut adalah biaya kualitas.

Menurut Blocher, Chen dan Lin (2000:220) mendefinisikan biaya kualitas yaitu sebagai berikut :

”Biaya kualitas adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan pencegahan, pengindentifikasian, perbaikan dan pembetulan produk yang berkualitas rendah”.

Dalam biaya kualitas terdapat biaya pencegahan yang dialokasikan untuk aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan pencegahan produk cacat.

Pengertian Biaya pencegahan menurut Blocher, Chen, dan Lin (2000:220) adalah, “biaya pencegahan (*prevention cost*) merupakan pengeluaran-pengeluaran yang dikeluarkan untuk mencegah terjadinya cacat kualitas”.

Umumnya dengan naiknya biaya pencegahan maka biaya kualitas lainnya akan menurun. Maka cara terbaik bagi perusahaan yang berkaitan dengan peningkatan kualitas yaitu dengan menginvestasikan dana kedalam tindakan-tindakan pencegahan. Biasanya biaya pencegahan merupakan biaya kebijakan dan sebagian besar merupakan biaya yang efektif untuk memperbaiki kualitas.

Adapun komponen biaya pencegahan yang dikemukakan oleh Blocher, Chen, Lin (2000:220), komponen biaya yang termasuk dalam biaya pencegahan adalah sebagai berikut:

1. Biaya pelatihan kualitas
2. Biaya perencanaan kualitas
3. Biaya pemeliharaan peralatan
4. Biaya penjaminan supplier

Dengan pengendalian biaya pencegahan akan menghasilkan produk atau jasa berkualitas tinggi. Produk dan jasa yang berkualitas tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan mempunyai beberapa keunggulan kompetitif dan dan keunggulan kompetitif akan berpengaruh pada pencapaian profitabilitas perusahaan yang lebih tinggi dan mempunyai `*return on investment*` yang tinggi pula.

Pelanggan merasa bahwa kualitas produk adalah produk yang yang mempunyai nilai (*value*) yang lebih tinggi. Nilai (*value*) tinggi yang dirasakan pelanggan memungkinkan perusahaan untuk mementukan harga yang lebih tinggi atau untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar. Memperluas pangsa pasar berarti membuka peluang perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan dengan peningkatan penjualan tersebut maka pendapatan perusahaan pun tentunya akan meningkat.

Hal tersebut akan berpengaruh terhadap perolehan laba perusahaan. Peningkatan laba perusahaan akan digunakan untuk menilai seberapa besar pengembalian atas investasi (*return on investment*) yang telah dikeluarkan.

Adanya pengaruh biaya pencegahan terhadap *Return On Investment* (ROI) diperkuat oleh pernyataan Blocher,Chen, Lin (2000:223), yaitu sebagai berikut:

> Dengan mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk pencegahan, perusahaan semakin sedikit mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan kegagalan internal dan eksternal. Penghematannya sendiri bisa menjadi besar sekali. Perusahaan tidak hanya menikmati nilai yang dirasakan dari produknya tetapi juga penjualan dan pangsa pasar yang meningkat, serta laba dan ROI yang semakin tinggi.

Return On Investment (ROI) sendiri adalah suatu rasio yang mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan aktiva yang dimiliki perusahaan.

Menurut Lukman Syamsudin (2007:63), mengatakan bahwa:

Return On Investment (ROI) adalah pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan.

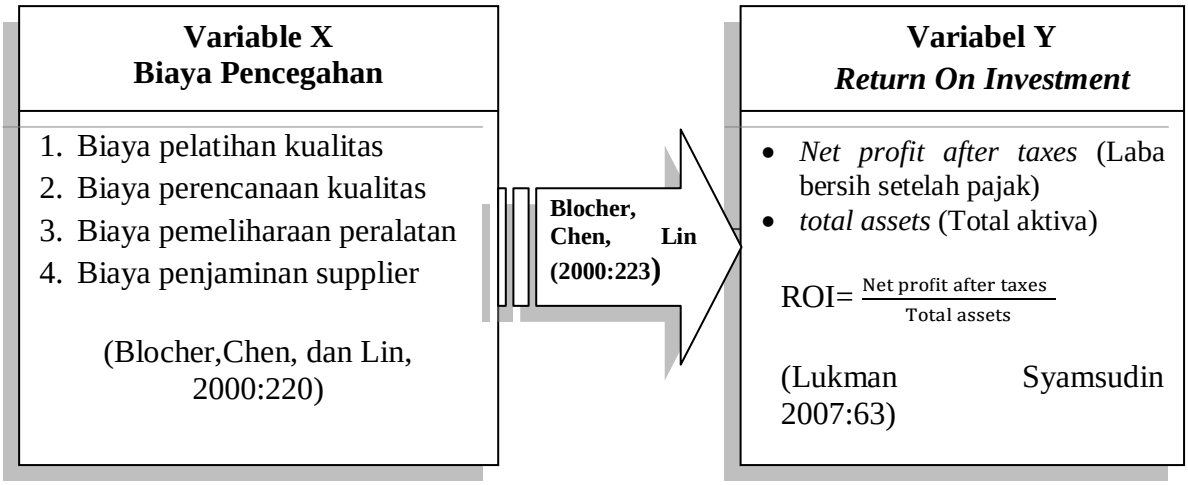
Untuk menghitung besarnya tingkat *Return On Investment* (ROI) adalah sebagi berikut:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Net profit after taxes}}{\text{Total assets}}$$

Lukman Syamsudin (2007:63)

Laba bersih yang dihitung adalah laba bersih setelah bunga dan pajak dan keseluruhan aktiva sebagai pembandingnya.

Berdasarkan kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Paradigma Kerangka Pemikiran Analisis Biaya Pencegahan Pengaruhnya Terhadap *Return On Investment* (ROI)

Penelitian Terdahulu (Studi Empiris)

1. Penelitian Budi Santoso tahun 2005 meneliti Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Profitabilitas Perusahaan, dan hasilnya menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara biaya kualitas terhadap profitabilitas.
2. Penelitian Winarti Apriani tahun 2006 meneliti Peranan Biaya Pencegahan Dalam Meningkatkan *Return On Investment* (ROI) (Suatu Kasus Terhadap PT PINDAD (Persero) Divisi Tempa dan Cor) . Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya pencegahan berperan signifikan dalam meningkatkan *Return On Investment* (ROI).

3. Penelitian Dewi Puji tahun 2006 meneliti Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Penjualan pada PT Industri Sandang Nusantara Unit Pabrikteks Tegal yang menyatakan bahwa biaya kualitas berpengaruh terhadap penjualan sebesar 63,3%.
4. Penelitian Rahmat Nurcahyo dan Amalia Suzanti tahun 2007 meneliti Pengaruh perhitungan dan analisis biaya kualitas pada rumah sakit "X" dari penelitaian tersebut dapat disimpulkan bahwa alokasi biaya kualitas yang tepat akan memberikan manfaat optimal yang berupa turunnya tingkat kegagalan. Peningkatan alokasi dana untuk biaya pencegahan akan menurunkan biaya kegagalan internal yang dikeluarkan rumah sakit "X".

Berikut tabel perbandingan jurnal penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 2.1
Studi Empiris dengan Penelitian Terdahulu

Peneliti Terdahulu	Judul	Kesimpulan	Perbedaan	Persamaan
Budi Santoso (2005)	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Biaya kualitas yang terdiri dari biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biya kegagalan eksternal secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap EBIT. Sedangkan secara parsial hanya biaya kegagalan yang berpengaruh yang signifikan terhadap EBIT.	• Variabel x terdiri dari empat yaitu variabel x1=biaya pencegahan X2=biaya penilaian X3=biaya kegagalan iternal X4=biaya kegagalan eksternal • Profitabilitas menggunakan alat ukur EBIT	Sama-sama menganalisis biaya kualitas tetapi penulis hanya menghitung pengaruh biaya pencegahan nya saja terhadap *Return On Investment*
Winarti Apriani (2006)	Peranan Biaya Pencegahan Dalam Meningkatkan *Return On Investment* (ROI)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya pencegahan berperan signifikan dalam meningkatkan *Return On Investment* (ROI).	Tidak menganalisis korelasi dan determinasi.	Sama-sama menganalisis variabel independend biaya pencegahan

	(Suatu Kasus Terhadap PT PINDAD (Persero) Divisi Tempa dan Cor)	Digunakan analisis regresi sederhana.		dan variabel dependend *Return On Investment*
Dewi Puji S.	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Pada PT. Industri Sandang Nusantara Unit Pabriteks Tegal	Hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT Industri Sandang Nusantara unit Pabriteks Tegal, diperoleh persamaan regresi Y = 1,36 E+09 + 3,501X1+ 29,741 X2. Dengan uji t diperoleh hasil bahwa biaya pencegahan tidak berpengaruh terhadap penjualan dan biaya penilaian berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Pengujian secara bersama-sama dengan uji F menunjukkan bahwa kedua komponen biaya kualitas yaitu biaya pencegahan dan biaya penilaian mempunyai pengaruh bersama terhadap penjualan.	Variabel dependend yang diteliti adalah penjualan sedangkan penulis meneliti biaya pencegahan terhadap return on investment, ROI sebagai variabel dependend	Sama-sama menganalisis biaya pencegahan
Rahmat Nurcahyo dan Amalia Suzanti (2007)	Perhitungan Dan Analisa Biaya Kualitas Pada Rumah Sakit "X"	Dari penelitian didapati bahwa alokasi biaya kualitas (biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal) yang tepat akan memberikan manfaat optimal yang berupa turunnnya tingkat kegagalan. Peningkatan alokasi dana untuk biaya pencegahan akan menurunkan biaya kegagalan internal yang dikeluarkan rumah sakit "X"	Hanya meneliti variabel independend yaitu X1=biaya pencegahan X2=biaya penilaian X3=biaya kegagalan iternal X4=biaya kegagalan eksternal	Sama-sama menganalisis biaya pencegahan

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2008:85) “Hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian”

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut: “ Biaya Pencegahan Berpengaruh Positif Terhadap *Return On Investment* (ROI) Pada PT Pindad (Persero) Bandung”.